सम्पादकीय

मेट्रोको २१ औं वर्ष

काठमाडौं महानगरपालिकाबाट सञ्चालित मेट्रो एफएम ९४.६ मेगाहर्ज आजबाट २० वर्ष पूरा गरी २१ औं वर्षमा प्रवेश गरेको छ । यस उपलक्ष्यमा मेट्रो एफएमका नियमित श्रोता, शुभेच्छुक एवं सम्पूर्ण सहयोगी महानुभावहरूमा हार्दिक शुभकामना व्यक्त गर्न चाहन्छौं ।

आजभन्दा २१ वर्ष अघि स्थानीय सरकारद्वारा सञ्चालित दक्षिण एशियाकै पहिलो रेडियो सेवाका रूपमा आरम्भ भएको मेट्रो एफएम नेपालको रेडियो पत्रकारिता र स्थानीय शासन व्यवस्था दुवैका लागि एउटा नौलो प्रयोग थियो । गत २१ वर्षदेखि सञ्चारका माध्यमबाट काठमाडौं महानगर मात्र होइन सम्पूर्ण उपत्यकावासीलाई नै समाचार, मनोरञ्जन र विविध जानकारीमूलक कार्यक्रमहरू मार्फत सेवा गर्न पाउनुलाई काठमाडौं महानगरपालिका, यस अन्तर्गत रहेको सूचना प्रविधि समिति, सूचना प्रविधि विभाग र त्यस मातहत सञ्चालित मेट्रो एफएम परिवारले गौरवका रूपमा लिएको छ ।

सांस्कृतिक नगर काठमाडौं महानगरको कला, संस्कृति, सम्पदा, भाषा र पूर्वाधार विकासका कार्यलाई सञ्चारमा प्रतिविम्बित गर्ने दायित्व सहित शुरु भएको मेट्रो एफएम कुनै पनि व्यापारिक प्रतिस्पर्धा र अस्वस्थकर सामग्री प्रसारणको दौडबाट नितान्त अलग्ग छ । सामाजिक उत्तरदायित्व सहितको पत्रकारिता नै यसको मूल मार्ग हो । यसबाट मेट्रो कहिल्यै विमुख भएको छैन । तथापि स्थानीय तह एउटा राजनीतिक निकाय भएको कारणले मुलुकको राजनीतिक कारणले गर्दा पनि यो २० वर्षको लामो यात्रामा मेट्रो एफएमको प्राविधिक विकास, कार्यक्रमिक गुणस्तर र प्रशासनिक चुस्ततामा अपेक्षित सुधार हुन नसकेको यथार्थ सबैका सामु छर्लङ्ग छ । त्यसलाई चिरेर अघि बढ्ने प्रयास र विचार मन्थन भने रोकिएको छैन । काठमाडौं महानगरपालिकाले गत वर्ष र यस वर्ष सार्वजनिक गरेको नीति तथा कार्यक्रममा मेट्रो एफएमलाई पूर्ण क्षमताका साथ सञ्चालन गर्न सार्वजनिक निजी साझेदारी योजनामा लाने निर्णय गरेको छ । यसको सफल कार्यान्वयनले मेट्रो एफएमको सबै पक्षीय गुणस्तरमा उल्लेखनीय वृद्धि हुने आशा लिएका छौं । मेट्रो एफएमको २१ औं वर्ष यो नीतिगत निर्णय कार्यान्वयनको वर्ष हुने अपेक्षा सहित पुनः सबैजनामा हार्दिक शुभकामना व्यक्त गर्दछौं । साथै मेट्रोमा कार्यरत संचारकर्मी, प्राविधिक र सम्पूर्ण कर्मचारीलाई धन्यवाद दिन चाहन्छौं ।

मेट्रो स्मारिका

वि.सं. २०७७ असोज १

ने.सं. ११४० यंलागा ३०

2020 September 17

प्रकाशक

यें महानगरपालिका

काठमाडौं महानगरपालिका

सूचना प्रविधि विभाग

संरक्षक

विद्यासुन्दर शाक्य

प्रमुख, कामपा

हरिप्रभा खड्गी श्रेष्ठ

उपप्रमुख, कामपा

एकनारायण अर्याल

प्रमुख प्रशासकीय अधिकृत

सूचना प्रविधि समिति

ईश्वरमान डंगोल, *संयोजक*

ख्याम तिवारी, *सदस्य*

प्रेम पुजारी, *सदस्य*

दिपक राई, *सदस्य*

प्रधान सम्पादक

राजेन्द्र स्थापित

सम्पादक मण्डल

सुरेश मानन्धर,

मोहन बास्तोला,

नरेन्द्रविलास वज्राचार्य,

चन्द्रमणि भट्टराई

बैकुण्ठ भण्डारी

लेआउट

तेजनारायण महर्जन

मुद्रण

श्वेतकाली छापाखाना

लगन, काठमाडौं

प्रमुख, उपप्रमुख तथा नगर कार्यपालिका सदस्यहरू

	नाम थर	पद	निवास	मोबाइल नम्बर	मोबाइल नम्बर
१	विद्यासुन्दर शाक्य	प्रमुख		९८४१५९२६०३	९८५१२७९९००
२	हरिप्रभा खड्गी(श्रेष्ठ)	उप प्रमुख		९८४१४५०३५७	९८५१२७९८९९
३	भरतलाल श्रेष्ठ	वडा अध्यक्ष	४४३४०१८	९८४१३५१७६०	९८५१२७९९०१
४	राजेन्द्र कुमार श्रेष्ठ	वडा अध्यक्ष	४४२३८९७	९८५१०५७४६३	९८५१२७९९०२
५	दिपक के.सी	वडा अध्यक्ष		९८५१०४१६३९, ९८४१७४९०१८	९८५१२७९९०३
६	मोहन बिष्ट	वडा अध्यक्ष	४४७७५८८, ४३७१८६९	९८५१०९०४३१	९८५१२७९९०४
७	रमेश डंगोल	वडा अध्यक्ष	४४४६२६६	९८५१०४१००१	९८५१२७९९०५
८	दिपेन्द्र लामा	वडा अध्यक्ष	४९१७४९२	९८५१०४८८१५	९८५१२७९९०६
९	शुद्ध डंगोल	वडा अध्यक्ष	४४८५२०७	९८४१२५०६३७	९८५१२७९९०७
१०	दिनेश कुमार डंगोल	वडा अध्यक्ष	४४९६६९८	९८५१०३२६१६	९८५१२७९९०८
११	रामकृष्ण जयखु श्रेष्ठ	वडा अध्यक्ष		९८४१५५३८६५	९८५१२७९९०९
१२	रामकुमार के.सी	वडा अध्यक्ष	४४७४२३१	९८५१०२५६८९	९८५१२७९९१०
१३	हिरालाल तण्डुकार	वडा अध्यक्ष	४२२८५२३	९८४१२९३५३४	९८५१२७९९११
१४	विकास डंगोल	वडा अध्यक्ष	४३०३०५७	९८४१५३०३७०	९८५१२७९९१२
१५	ध्रुवनारायण मानन्धर	वडा अध्यक्ष	४२७६२५९	९८४९००२८६६	९८५१२७९९१३
१६	सोभा सापकोटा	वडा अध्यक्ष	४२८४६१४	९८४१२७९८६१	९८५१२७९९१४
१७	इश्वरमान डंगोल	वडा अध्यक्ष	४६७२५३४	९८४१५६७०७३	९८५१२७९९१५
१८	मुकुन्द रिजाल	वडा अध्यक्ष	४३५०६८५	९८५१०७१३०७	९८५१२७९९१६
१९	नवीन मानन्धर	वडा अध्यक्ष	४२३१६०६	९८५१०४६३१०	९८५१२७९९१७
२०	न्हुच्छे काजी महर्जन	वडा अध्यक्ष	४२६२३०५	९८५१००२०१९	९८५१२७९९१८
२१	शशिलाल श्रेष्ठ	वडा अध्यक्ष	४२५९१७९	९८४१८१५९५९	९८५१२७९९१९
२२	राजेन्द्र मानन्धर	वडा अध्यक्ष	४२६५५६८	९८४१०६०५२२	९८५१२७९९२०
२३	उदयचुडामणी वज्राचार्य	वडा अध्यक्ष	४२५४११३	९८४१४२२०६६	९८५१२७९९२१
२४	चिनीकाजी मर्हजन	वडा अध्यक्ष	४२४८५६१	९८४१२७५५३४	९८५१२७९९२२
२५	मचाराजा मर्हजन	वडा अध्यक्ष	४२६५६६७	९८४१४०९८८६	९८५१२७९९२३
२६	बालकृष्ण श्रेष्ठ	वडा अध्यक्ष	४२६०५२६	९८४९६७११३२	९८५१२७९९२४
२७	नीलकाजी शाक्य	वडा अध्यक्ष	४२७३१३२	९८४१७८५१११	९८५१२७९९२५
२८	ख्यामराज तिवारी	वडा अध्यक्ष	०१४३६४५५६	९८५१०९९८१२	९८५१२७९९२६
२९	चिनियामान वज्राचार्य	वडा अध्यक्ष	४२२५९६०	९८४१२७२१५५	९८५१२७९९२७
३०	भाइराम खड्गी	वडा अध्यक्ष		९८४१२४४६१०	९८५१२७९९२८
३१	कुश ढकाल	वडा अध्यक्ष		९८४१३८९२७८	९८५१२७९९२९
३२	दलबहादुर कार्की	वडा अध्यक्ष		९८४१३६७७४८	९८५१२७९९३०
३३	नारायण प्रसाद भण्डारी	वडा अध्यक्ष	४१०९१३६	९८४१४०८३१९	९८५१२७९९३१
३४	नवराज पराजुली	वडा अध्यक्ष	४९९००६२	९८४१६६११८८	९८५१२७९९३२
३५	लक्ष्मी श्रेष्ठ	का.पा.सदस्य		९८४१४२६५९०	९८५१२७९९५१
३६	रमिता कमल स्थापित	का.पा.सदस्य		९८६१११८८२२	९८५१२७९९५२
३७	रश्मी खड्का	का.पा.सदस्य		९८४१७१८९८१	९८५१२७९९५३
३८	कान्ता अधिकारी गौतम	का.पा.सदस्य		९८४१३१४५९०	९८५१२७९९५४
३९	हिरादेवी पोखरेल	का.पा.सदस्य	४१५४६६६	९८४१४७५७८१	९८५१२७९९५५
४०	पासाङ नूर्वू लामा	का.पा.सदस्य		९८५१०७२६३७	९८५१२७९९५६
४१	दिपक गोर्खाली राई	का.पा.सदस्य		९८५१०२९०९५	९८५१२७९९५७
४२	प्रेम पोडे पुजारी	का.पा.सदस्य		९८४१४४७७६०	९८५१२७९९५८

काठमाडौं महानगरपालिका
यें महानगरपालिका
नगर कार्यपालिकाको कार्यालय
बागदरबार, काठमाडौं, वाग्मती प्रदेश, नेपाल

२०७७ साल भदौ २५
ने.सं. ११४० यंलागा अष्टमी

२१ औं वर्ष प्रवेशको शुभकामना

काठमाडौं महानगरपालिकाद्वारा सञ्चालित मेट्रो एफ.एम. २१ औं वर्ष प्रवेशको सुखद उपलक्ष्यमा एफ.एम.को उत्तरोत्तर प्रगति र सफलताको लागि हार्दिक शुभकामना व्यक्त गर्दछु । साथै यसै उपलक्ष्यमा एफ.एम.मा कार्यरत सम्पूर्ण पत्रकार एवं प्राविधिक तथा काठमाडौं महानगरपालिका सूचना तथा प्रविधि विभागका पदाधिकारीहरूलाई पनि हार्दिक बधाई दिन चाहन्छु ।

वर्तमान युग सञ्चारको युग हो । सूचना र प्रविधिको युग हो । प्रविधिले सशक्तिकृत सञ्चारको सहयोग बिना अहिलेको विश्व अघि बढ्न असम्भव छ । सञ्चारको यो महत्वलाई मनन गरेर नै तत्कालीन काठमाडौं महानगरपालिकाले विकासको योजनालाई गति दिन र प्रसार प्रसार गर्न त्यतिबेला उपलब्ध सबैभन्दा सशक्त र लोकप्रिय सञ्चार माध्यमका रूपमा मेट्रो एफ.एम.को सञ्चालन आरम्भ गरेको थियो । २०४६ सालमा प्रजातन्त्रको पुनरोदय पछि जनताले पाएको वाक् तथा अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको उपहार स्वरुप निजी क्षेत्रले पनि एफ.एम. रेडियो सञ्चालन गर्ने अधिकार प्राप्त गरेको त्यो बेला उपत्यकामा सञ्चालित दर्जनौं एफ.एम. रेडियोहरूबीच कडा व्यापारिक प्रतिस्पर्धा थियो । तर मेट्रो एफ.एम. स्थानीय जनतालाई सामाजिक उत्तर-दायित्व सहितको सञ्चारको अनुभूति दिलाउने उद्देश्यका साथ स्थापना भएको कारणले आफ्नो छुट्टै अस्तित्व सहित स्थानीय तहमा भइरहेका पूर्वाधार विकास, कला संस्कृति र सम्पदाको संवर्द्धन, नेपाली भाषाका अतिरिक्त नेपालभाषा र तामाङ भाषाहरूको प्रयोग, वातावरण र सरसफाई, नगर विकासमा स्वचेतना, विकास कार्यमा सहभागिता आदि जस्ता विकासमुखी विषयवस्तुहरूको प्रसार प्रसारमा केन्द्रित भई अघि बढ्न सफल भयो । समय समयमा आएको आरोह अबरोहलाई चिर्दै मेट्रोको यात्रा निरन्तर चल्दै अघि बढ्दै छ । यो यात्रालाई अझ तीव्र गतिका साथ नयाँ दिशामा अघि बढाउन काठमाडौं महानगरपालिकाले यस वर्षको नीति तथा कार्यक्रममा यसलाई सार्वजनिक निजी साझेदारी अन्तर्गत सञ्चालन गर्ने नीति लिएको छ । नयाँ नीतिको कार्यान्वयनले मेट्रो एफ.एम. अझ सशक्त बन्ने र जनताप्रति अझ बढी उत्तरदायी बन्दै व्यावसायिक प्रतिस्पर्धामा समेत अब्बल साबित हुने विश्वास लिएको छु ।

साथै यसको सफल कार्यान्वयनको लागि सबै पक्षको प्रतिवद्धताको अपेक्षा गर्दै पुनः एक पटक २१ औं वर्ष प्रवेशको उपलक्ष्यमा मेट्रो एफ.एम. ९४.६ परिवारलाई हार्दिक शुभकामना व्यक्त गर्दछु ।

विद्यासुन्दर शाक्य
प्रमुख
काठमाडौं महानगरपालिका

काठमाडौं महानगरपालिका
यँ महानगरपालिका
नगर कार्यपालिकाको कार्यालय
बागदरबार, काठमाडौं, वाग्मती प्रदेश, नेपाल

शुभकामना सन्देश

काठमाडौं महानगरपालिकाद्वारा सामुदायिक रेडियोका रुपमा सञ्चालित मेट्रो एफ. एम. ९४.६ मेगाहर्जको एक्काइसौं वर्षगाँठका अवसरमा विशेष स्मारिका प्रकाशन गर्न लागेकोमा खुसी व्यक्त गर्दै सो को सफलताका लागि हार्दिक शुभकामना प्रकट गर्न चाहन्छु ।

वि. सं. २०४६ सालको सफल प्रजातान्त्रिक आन्दोलनपछि काठमाडौं महानगरपालिकामा निर्वाचित प्रथम मेयर श्री पी. एल. सिंहको कार्यकालमा २०५३ सालमा शुरु भएको मेट्रो एफ. एम. स्थापनाको कार्यले तीन वर्ष पश्चात मूर्त रुप लिएपछि २०५६ साल आश्विन १ गतेबाट औपचारिक रुपमा प्रशारण शुभारम्भ भएको यो रेडियोले विभिन्न कठिनाइका बाबजुद अनवरत रुपमा सेवा प्रवाह गर्दै आएको छ । यस क्रममा रेडियो कार्यक्रम मार्फत स्थानीय भाषा, परम्परा, जीवनशैली र लोक संस्कृतिको जगेर्नामा उल्लेखनीय योगदान पु-याएकोमा मेट्रो एफ. एम. लाई धन्यवाद दिन चाहन्छु । कार्यक्रममा विविधता ल्याइ रेडियोलाई जनजीविका र जनसेवा कार्यसँग जोड्न सकेमा आउँदा दिनहरुमा मेट्रो एफ. एम. को सार्थकता अझ बढेर जाने विश्वास मैले लिएकी छु । संघीय शासन प्रणाली अन्तर्गत स्थानीय सरकारको बढ्दो भूमिकाकालाई मध्यनजर गर्दै स्थानीय सुशासन, पारदर्शिता, जवाफदेहिता र स्थानीय शासन प्रकृयामा जनसहभगिता प्रवर्द्धन गर्न रेडियो कार्यक्रममार्फत नागरिक तहमा जनचेतना प्रसार गर्ने कार्यमा केन्द्रित रहनु आजको दिनमा मेट्रो एफ. एम. को मुख्य कार्यभार बन्नु पर्दछ भन्ने मलाई लागेको छ । यसैबीच प्रतिस्पर्धी क्षमतायुक्त व्यवस्थापनका माध्यमबाट रेडियो सेवाको प्रभावकारिता विस्तार गर्दै मेट्रो एफ. एम. लाई जनअधिकार, सुशासन तथा स्थानीय शासन प्रणालीको पैरवी गर्ने रेडियो संस्थाको रुपमा अलग पहिचान दिन अव ढिला गर्नु हुदैन भन्ने मेरो प्रष्ट दृष्टिकोण रहेको छ ।

अन्त्यमा, स्मारिकाले मेट्रो एफ. एम. को ऐतिहासिक पृष्ठभूमि, यसले प्रसार गर्ने कार्यक्रम र यसको उपादेयताका सम्बन्धमा पठनीय सन्दर्भ सामाग्रीहरु प्रस्तुत गर्नेछ भन्ने विश्वास व्यक्त गर्दै यस शुभ घडीमा मेट्रो एफ. एम. को दिगो उन्नतिको कामना गर्दछु । धन्यवाद । जय नेपाल ।

हरिप्रभा खड्गी श्रेष्ठ
उपप्रमुख

२०७७ साल भाद्र २३ गते मङ्गलवार

बागदरबार, काठमाडौं, नेपाल । फोन नं.: ४२६८५०६, फ्याक्स: ४२६८५०९
पो.ब.नं.: ८४१६, ईमेल: info@kathmandu.gov.np, kmcmayor@mos.com.np, वेभसाईट: www.kathmandu.gov.np

काठमाडौं महानगरपालिका
नगर कार्यपालिकाको कार्यालय
बागदरबार, काठमाडौं, ३ नं. प्रदेश, नेपाल

प.सं.:
च.नं.:

मितिः

शुभकामना

सार्वजनिक सेवा प्रदायकका नीति र कार्यक्रम सेवाग्राहीसम्म पुऱ्याउने र उनीहरुले अपेक्षा गरेका विकास र समृद्धिलाई सरकारको सूचना पहुँचमा पुऱ्याउन आम सञ्चारको मुख्य भूमिका रहन्छ । यसले असल शासनको प्रवर्धनमा सघाउ पुऱ्याउँछ । बिधिको शासन सञ्चालनमा यो प्रयोगसिद्ध अभ्यास हो । यही अभ्यासलाई पछ्याउँदै मेट्रो एफ. एम. ९४ बिन्दु ६ मेगाहर्ज आज २१ औं वार्षिकोत्सव अवसरमा पुगेको छ । महानगर र महानगरबासीबीच सञ्चार संवादका लागि यो एफ. एम. को योगदान अतुलनीय छ ।

सरकारका योजना तथा कार्यक्रम, सूचना र जानकारी सार्वजनिक महत्वका हुन्छन् । यिनीहरुका बारेमा बुझ्न, सुन्न र महसुस गर्न पाउनु नागरिकको मौलिक अधिकार हो । नागरिकको यो अधिकारको कार्यान्वयनका लागि एफ. एम ले नियमित काम गरिरहेको छ । यसमा आवद्ध पत्रकार/कार्यक्रम सञ्चालक / प्राबिधिकले आपत्‌विपत्‌का समयमा पेशागत धर्मबाट विचलित नभइ काम गरेकै कारण एफ. एम. को विश्वशनीयता बढेको छ । महानगरका नीति योजना तथा कार्यक्रम, महानगरभित्रका सांस्कृतिक, ऐतिहासिक र पुरातात्विक महत्वका मूर्त सम्पदा क्षेत्र, जात्रा, रीतिरिवाज, बाजा गाजा, नाचजस्ता अमूर्त सम्पदा सम्बन्धि सामाग्रीले महानगरबासीलाई सूचित हुन, शिक्षित हुन र नागरिक दायित्व निर्वाह गर्न सहयोग पुगेको बिश्वास गरेको छु । स्थानीय (नेपाल र तामाङ) भाषा, मैथिलीलगायत अन्य भाषाका कार्यक्रम एफ. एम. को गरिमा अझ प्रस्ट्याएको छ ।

मेट्रो एफ. एम. काठमाडौं महानगरको मात्र नभइ समग्र स्थानीय तहको अभ्यास आदान प्रदान र प्रवर्धन गर्ने साझा माध्यम हो । यसका सिकाइ र अनुभवलाई बिस्तार गर्दै जानु अहिलेको आवश्यकता हो । वार्षिकोत्सवको यस अवसरमा मेट्रो एफ. एम. मा कार्यरत सबै पत्रकार सबै जनशक्ति (पत्रकार/सञ्चारकर्मी/प्राबिधिक/कर्मचारी) हरुलाई आगामी दिनमा देखा पर्ने चुनौतीलाई सामना गर्न र व्यवसायिक रुपमा अगाडि बढ्न अझ बढी प्रेरणा मिलोस् ।

सूचना प्रबिधिको फस्टाउँदो, बिकास उपकरण र प्रबिधिलाई ग्रहण गर्दै बिषय र क्षमता बढाउँदै लैजानु अर्को आवश्यकता हो । यो वार्षिक उत्सवको उल्लासले नागरिकको झन् नजिक पुग्न, क्षेत्र र क्षमता विकासका सबैलाई प्रोत्साहन बढाउन सकोस् ।

यसको सदैव विकास र उन्नतिको अपेक्षासहित वृहत्तर विस्तारका लागि हार्दिक मङ्गलमय शुभकामना ।

एकनारायण अर्याल
प्रमुख प्रशासकीय अधिकृत
(रा. प. बिशिष्ट श्रेणी)

मिति २०७७ असोज १

बागदरवार, काठमाडौं, नेपाल, फोन नं.: +९७७-१-४२३१४७७, फ्याक्स नं.: +९७७-१-४२६८५०९
E-mail: ceo@kathmandu.gov.np, kmcmayor@mos.com.np, Website: www.kathmandu.gov.np

विषयसूची

स्थानीय सरकारका दायित्व र सञ्चार साझेदारी	एकनारायण अर्याल	११
स्थानीय सरकार र स्थानीय सञ्चार	ईश्वरमान डंगोल	१४
स्थानीय सरकार, आम सञ्चार र सूचना प्रविधि	ख्यामराज तिवारी	१७
संघीय व्यवस्थामा स्थानीय सरकार र आमसञ्चार	काशीराज दाहाल	१९
शहरीकरणको कसीमा काठमाडौ महानगरपालिका	डा. खिमलाल देवकोटा	२३
रेडियोको इजाजत र नवीकरणमा देखिएका जटिलता	रेवती सापकोटा	३०
स्थानीय तह, प्रसारणको अधिकार र काठमाडौं महानगरपालिका	टीकाराम भट्टराई	३३
कोरोना संक्रमण र सञ्चारकर्मीको दायित्व	गोविन्द आचार्य	३७
गोपनीयताको हक र सूचनाको हक प्रतिस्पर्धी होइन परिपुरक हो	वसन्त आचार्य	४०
स्थानीय सरकार र सञ्चार माध्यम	पुष्कर माथेमा	४३
स्थानीय सरकारको सञ्चार रणनीति	लक्ष्मण हुमागाईं	४६
स्थानीय तहमा सञ्चार साझेदारी	युवराज खनाल	४९
मिडिया कन्टेन्ट व्यवस्थापनका दिव्यास्त्र	दीपक खनाल	५१
कोरोना संकट समाधान र विकासका अनिवार्य सर्त : सुशासन र सदाचारिता	सागर पण्डित	५४
मिडिया 'सरकारी' भएपनि पत्रकारिता सार्वजनिक हो	एकराज पाठक	५७
काठमाडौं महानगरको सञ्चार : विकास र विस्तार	चन्द्रमणि भट्टराई	६०
Media impacts more than it impress !!!	Susmita Aryal	६२
मेट्रो एफएमय् नेपालभाषा	उदेन न्हूसायमि	६५
भाइरल बन्न भ्रामक समाचारको भरमार	राजेन्द्र स्थापित	६८
श्रोता प्रतिक्रिया		७१

मेट्रो एफ एम ९४.६

हाम्रो एफएम
राम्रो एफएम

काठमाडौं महानगरपालिकाद्वारा
सञ्चालित

मेट्रो एफ एम ९४.६

सधैं सुनौं

उत्तरदायी भएनन् भने सरकार असफल हुन्छ । शासन खराब हुन्छ । त्यसैले शासन व्यवस्थालाई जनताको जीवनयापनसँग अन्तरसम्बन्धित बनाउन पनि स्थानीय सरकारको साझा प्रयासमा आमसञ्चारको जग बसाल्न जरूरी छ ।

एकनारायण अर्याल

स्थानीय सरकारका दायित्व र सञ्चार साझेदारी

पृष्ठभूमि

दुःख परेका बेला नागरिकले आफ्नै आँगनमा सरकार प्राप्त गर्नु नै संघीय व्यवस्थाको सफल कार्यान्वयन हो । यसका लागि सरकारले नागरिकका आधारभूत आवश्यकता पूरा गरेर मात्र पुग्दैन । सेवा प्रवाह र सुविधाको वितरण सामाजिक र प्राकृतिक न्यायमा आधारित छ भनेर सुनिश्चित पनि गराउनुपर्छ । स्थानीय सरकारले नागरिकसँग बसेर नीति, योजना र कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्न सके सरकारका काममा उनीहरू सुनिश्चित हुन्छन् । यो जत्तिकै महत्वपूर्ण कुरा भनेको सार्वजनिक महत्वका सूचना, जानकारी र खबर जनतालाई नियमित सुनाउनु पर्छ । यो असल शासनको अभ्यास हो । यही आचरणले सेवा गुणस्तरीय, पारदर्शी बन्छ । दिगो र सहभागितामुलक विकासका लागि पनि यो जरूरी छ ।

एकीकृत र दिगो विकास व्यवस्थापनका अनेक आयाम छन् । यो राजनीतिक विषय त हुँदै हो । यस बाहेक प्राविधिक र प्रशासनिक विषय पनि हो । नागरिकले महसुस गरेको उपलब्धी यसको लाभ हो । विकासको यो पक्षसँग काठमाडौ महानगरपालिकाले अहिलेसम्म सूचना सञ्चार अभ्यासबाट प्राप्त गरेको अनुभव उपयोग गर्ने विषय यो लेखको मूल विषय हो ।

२०७२ सालमा नेपालको संविधान जारी भएपछि केन्द्रमा भएका राज्यशक्तिका अधिकार बाँडफाँड भए । संघ, प्रदेश र स्थानीय गरी तीन तहका सरकार भए । सहअस्तित्व, समन्वय र सहकारितामा आधारित यी सरकारका केही अधिकार साझा सूची र केही एकल सूचीमा उल्लेख छ ।

२०७४ सालमा सम्पन्न स्थानीय तहको निर्वाचन पछि स्थानीय सरकारको नेतृत्व निर्वाचित जनप्रतिनिधिका काँधमा छ । साबिक स्थानीय निकायहरूको पुनर्संरचना हुँदा कति ठाउँका एउटै भूगोल फरक प्रशासनिक संरचनामा बाँडिएका छन् । ठाउँ एउटै, समस्या एउटै, समाधानका उपाय एउटै हुने अवस्थामा फरक–फरक माध्यमबाट आउने फरक सूचनाले नागरिकमा द्विविधा सृजना हुन सक्छ । यसले चाहेको काम गर्न बाधा उत्पन्न हुन्छ । स्रोत धेरै खर्च हुन्छ ।

यस बेला समान लक्ष्य हासिल गर्न गठन भएका स्थानीय सरकारबीच सफल सम्बन्ध र आत्मीयता अभिवृद्धि गर्न अन्तरनगर समन्वय र साझेदारीमा वृहत आम सञ्चारको भूमिका हुन सक्छ । यो अभ्यासले संविधानको मर्मबमोजिम तहगत र अन्तरसरकार सहअस्तित्व, समन्वय र सहकारिता कार्यान्वयन हुन सघाउँछ ।

स्थानीय शासनका सैद्धान्तिक विषयसँगै पालिकाहरूका आआफ्नै पहिचान र विशेषता छन् । सिकाइ र सम्भावना छन् । प्रभावकारी सञ्चार व्यवस्थापन गर्ने हो भने आफ्नै परिवेशका सूचना, सामग्री र जानकारीलाई दर्शक, श्रोता र पाठकले पहिलो रोजाइमा राख्छन् । त्यसपछि राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय अभ्यास पर्छ । अहिले राष्ट्रिय प्रसारणबाट आएका सामग्री सबैका लागि भएकाले यी सामग्रीले सबैसँग चासो त राख्छन् तर आवश्यकताका विषय नपर्न सक्छन् । स्थानीय खबर उनीहरूका लागि चासोका विषय पनि हुन् र आवश्यकता पनि हुन् । त्यहाँका सरकारले तय गरेका कार्यक्रम उसको आँगन छेउमा खनिने खडकसँग, आफ्नै टोलमा आउने खानेपानी योजनासँग, आफैंले उत्पादन गरेको फोहोर उठाउनेसँग सम्बन्धित हुन्छन् । यसै गरी पालिकाले आर्थिक, सामाजिक विकासका क्षेत्रमा गरेका काम अरूका लागि सिकाइ पनि हुन्छन् । यसकोणबाट स्थानीय तहको साझा सञ्चार सञ्जाल निर्माण गर्न सकिने सम्भावना छ ।

आवश्यकता

हरेक प्रतिकुल समय व्यवस्थापन गर्न तीनै तहका सरकार सक्षम हुनुपर्छ । सरकारको व्यवस्थापकीय क्षमताको एउटा सूचक सूचना प्रवाह पनि हो । सञ्चार माध्यमले पारदर्शिता अभिवृद्धि गर्नुका अतिरिक्त सुशासन र स्वामित्वका माध्यमबाट विकास र समृद्धिमा दिगोपना ल्याउन मद्दत गर्दछ ।

विज्ञानको बढ्दो प्रयोग, अनियन्त्रित शहरीकरण, जनसंख्या वृद्धि जस्ता कारण प्राकृतिक र मानव सिर्जित विपत्तिहरू एकपछि अर्को क्रमशः बढ्ने क्रममा छन् । यस्ता विपत्तिको सहज व्यवस्थापनका लागि आमसञ्चारको ठूलो भूमिका हुन्छ । यसबेला सरकारले नागरिकका घरमा सूचना पुर्‍याउनु पर्छ । के गर्ने, के नगर्ने थाहा दिनु पर्छ । सरकारका कामप्रति नागरिकलाई आश्वस्त पार्नु पर्छ । सरकार क्रियाशील छ । हामी सुरक्षित छौं । अप्ठ्यारो पर्‍यो भने सरकार घर नजिकै छ भन्ने विश्वाश दिलाउनु पर्छ । अन्यथा, विपद्का बेला सबै नागरिक सरकार खोज्दै हिंड्न थाले भने त्यसले अर्को बिपत्ति निम्त्याउँछ । यस्ता सम्भावित जोखिमको न्युनीकरण र व्यवस्थापनका लागि आधिकारिक सञ्चार संयन्त्र जरूरी छ । यसमा गरिने लगानीको भौतिक प्रतिफल अङ्कमा नदेखिन सक्छ तर प्रभाव अतुलनीय हुन्छ ।

विपत्ति एउटा उदाहरण हो । सरकारका हरेक काममा नागरिकले चासो राखेका हुन्छ । सरकार कहाँ छ, के गर्दैछ, नागरिकले सुन्न र बुझ्न पाए भने मात्र पनि उनीहरू सरकारप्रति उत्तरदायी भइरहन्छन् । उनीहरू उत्तरदायी भएनन् भने सरकार असफल हुन्छ । शासन खराब हुन्छ । त्यसैले शासन व्यवस्थालाई जनताको जीवनयापनसँग अन्तरसम्बन्धित बनाउन पनि स्थानीय सरकारको साझा प्रयासमा आमसञ्चारको जग बसाल्न जरूरी छ ।

अभ्यास विश्लेषण

नेपालमा सरकार र निजी दुवै क्षेत्रको स्वामित्वमा आम सञ्चार सञ्चालनमा छन् । काठमाडौं महानगरको सञ्चार यात्रा त राणाकालदेखि भएको पाइन्छ । अन्य स्थानीय तहले पनि कुनै न कुनै रूपमा सञ्चारको उपयोग गरेकै छन् । यी अभ्यासमा सञ्चारले कस्ता सामग्री उत्पादन गर्नुपर्थ्यो, ककसको आवाज बोल्नुपर्थ्यो, कुन सिमानामा पुगेर सूचना समाचार संकलन गर्नुपर्थ्यो र के गरिरहेको छ, प्रकाशित वा प्रसारित सामाग्रीले कस्तो प्रभाव पारेको छ, यसमा अध्ययन भएको छैन ।

राजनीतिक र प्रशासनिक नेतृत्वको खुल्लापन र नीति कार्यान्वयन गराउने अधिकारीको क्षमता, स्रोत साधन जस्ता पक्षले कतै गतिशील रूपमा र कतै विस्तारै सञ्चारका काम भएका छन् । अहिले योभन्दा महत्वपूर्ण विषय भनेको स्वशासन र सुशासनका लागि स्थानीय सरकारको संरचनाभित्र रहने आमसञ्चारको भूमिका बोध भएको छ कि छैन भन्ने हो । पालिकाका नामबाट आएका समाचार, कार्यक्रम वा सूचनालाई आम नागरिकले आधिकारिक मान्छन् कि मान्दैनन्, सञ्चार अभ्यासलाई यस कोणबाट मूल्याङ्कन गर्नुपर्छ ।

काठमाडौं महानगरको सञ्चार अभ्यासभित्र यस्ता केही नीतिगत र व्यवहारिक पक्षमा समस्या देखिएका छन् । समयसापेक्ष प्रविधि तथा उपकरणको प्रबन्ध गर्नुपर्ने, जनशक्तिलाई क्षमता विकास र वृत्ति विकासका अवसर दिएर सिर्जनशील काममा लगाउनु पर्ने जस्ता आन्तरिक कमजोरीका कारण महानगरको सञ्चार निजी क्षेत्रको सञ्चारमाध्यमसँग प्रतिस्पर्धी बन्नमा चुनौती देखिएको छ । महानगरको सञ्चार व्यवसायिक रूपमा अन्यसँग प्रतिस्पर्धी हुनुपर्छ कि पर्दैन भनेर आर्थिक पक्षसँग जोड्न खोजिएको होइन तर यहाँका कन्टेन्ट भने अन्यसँग प्रतिस्पर्धी होइन, अब्बल हुनुपर्छ । यहाँका जनशक्तिसँग त्यो क्षमता छ । उपयोग भएको छैन । अब यसका लागि लगानी बढाउनु पर्छ ।

लामो यात्रा तय गरेको महानगरको सञ्चार त पूर्ण संस्थागत भइसकेको देखिँदैन भने अन्यको हकमा परिपक्व भइसकेको छ भन्न सक्ने अवस्था छैन । यस कोणबाट काठमाडौं महानगरसँगै अन्य स्थानीय तहको सम्पत्ति, सिकाइ, क्षमता, सीप र स्रोत जोडेर स्थानीय तहबीच सञ्चारको वृहत्तर साझेदारी हुन सक्छ ।

साझेदारी सम्भावना

स्थानीय शासनका मूलभूत सिद्धान्त एउटै हुन् । साबिक स्थानीय निकाय स्थानीय तहमा रूपान्तरण भइसकेपछि नागरिकले निकाय र तहबीचको फरकलाई नीतिगत र व्यवहारिक रूपमा महसुस गर्न पाउनुपर्छ । यी साझा कुरालाई प्रवर्द्धनमा आमसञ्चार नै उपयुक्त माध्यम हुन् । स्थानीय शासनका विषयमा दिइने सूचना र जानकारी जनताका लागि शिक्षा पनि हुन् ।

जनता शिक्षित र शासन व्यवस्थाप्रति जानकार भए भने सेवा प्रवाहमा हुने प्रशासनिक खर्चमा कटौती हुन्छ । लाभको छिटो सञ्चार हुन्छ ।

यसरी हेर्दा महानगरको सञ्चारले सिकेका सिकाइलाई संस्थागत र व्यवस्थित गर्नुपर्छ । यो सम्पत्तिसँग अन्य स्थानीय तहको सिकाइ मिसाएर साझा सञ्चारको जग बसाउन सकिने सम्भावना छ ।

साझेदारी र लगानी

स्थानीय सरकारको स्वामित्व रहने वृहत् स्वायत्त प्राधिकरणका रूपमा सञ्चार सञ्चालन गर्ने एउटा ढाँचा हुन सक्छ । आम सञ्चारमा रेडियो, टेलिभिजन, अनलाइन, प्रकाशन एकै संयन्त्रबाट सञ्चालन गर्नु यसको मुलभूत उद्देश्य हो । यसमा पालिकाहरूको लगानीमा उपकरण खरिद गर्ने, पूर्वाधार निर्माण गर्ने र सञ्चालन शुरूवात गर्न सकिन्छ ।

काम/गतिविधिका आधारमा प्रवाह गर्नुपर्ने समाचार, सूचनालाई भार मानेर यसका आधारमा स्रोत संकलन गर्नु अर्को बिधि हो । समयको निश्चित गरेर पालिकाहरूबाट समयवापत् शुल्क लिएर सञ्चालन गर्ने अर्को विधि हो । पालिकाहरूलाई सदस्यता दिएर त्यसबापत् प्राप्त श्रोतबाट पनि सञ्चारमा सहभागिता हुन सक्छ ।

सहभागितालाई उपत्यकाका पालिकाहरूबाट शुरु गरेर यसलाई क्रमशः बागमती प्रदेश, सबै प्रदेशका सबै पालिका हुँदै अन्तर्राष्ट्रिय क्षेत्रसम्म पनि बिस्तार गर्न सकिन्छ ।

संघ सरकारका कामलाई राष्ट्रिय प्रसारणले प्राथमिकता दिन्छन् । हामीले स्थापना गर्ने आमसञ्चार पनि क्षमताका हिसाबले राष्ट्रिय स्तरका नै हुन्छन् । फरक यति मात्र हो, यी माध्यमका प्राथमिक विषय स्थानीय हुन्छन् । यो नाफामुलक होइन, सेवामुलक हो ।

यसका मुल विषय टोल स्तरका खबर, स्थानीय तहले नागरिक सम्बन्धमा गरेका काम, नगर–नगर, नगर–प्रदेश, नगर–संघ, नगर–अन्तर्राष्ट्रिय क्षेत्र सम्बन्ध र नागरिक लाभका कुरा हुनेछन् ।

सीमा र क्षेत्र

सञ्चार सीमाविहिन क्षेत्र हो । सञ्चार स्थापना र सञ्चालन गर्दाको लगानीका आधारमा त्यसले उठान गर्ने विषय कति प्रभावित हुन्छन् भन्ने विषय चाहिं मूल कुरा हो । अहिले काठमाडौं महानगरले सञ्चालन गरेका सञ्चार माध्यम (मेट्रो एफएम, अनलाइन वा टेलिभिजन कार्यक्रम) हेर्दा महानगरको जस्तो लाग्छ । तर, तिनबाट प्रवाह हुने सामग्री हेर्दा ती माध्यम सार्वजनिक माध्यम हुन् भन्न सकिन्छ । यिनले उत्पादन गर्ने समाचार, सूचना र जानकारी नागरिकका हुन् ।

यस कोणबाट वृहत्तर योजनाबाट स्थानीय तहको सहभागितामा स्थापना हुने सञ्चार स्वायत्त र पूर्ण सम्पादकीय अधिकारसहितको हुनेछ । यसबाट उत्पादन हुने सामग्रीको प्राथमिकताका सम्बन्धमा भने सञ्चालक समितिले मार्ग निर्देश गर्न सक्नेछ ।

निष्कर्ष

संघीय शासनको मर्म, नागरिकमा भएको चेतनास्तर र उनीहरूसँग उपलब्ध सूचनाको पहुँचलाई हेर्ने हो भने हरेक सरकारले सूचना सञ्चार र सूचना प्रविधिलाई अभिन्न अङ्का रूपमा स्वीकार गर्नुको बिकल्प छैन । यदि यो स्वीकार गर्न सकिएन भने युगानुकुल शासन पद्धति बन्दैन ।

'स्मार्ट' शब्द हरेक सोच, सुविधा र योजनामा जोडिएको छ । विकासका सबै आयाम भोग गर्न नपाउने नागरिकले पनि स्मार्ट साधनको उपयोग गर्न थालेका छन् । चाहे त्यो गोजीमा बोक्ने मोबाइल नै किन नहोस् । स्मार्ट टिभी, स्मार्ट जीवन, स्मार्ट शहर, स्मार्ट वस्ती, हरेक सेवा र सुविधामा अगाडि स्मार्ट शव्द जोडिएर आउँछ नै ।

असल शासनमा नै नागरिकका सबै अधिकार र सुविधा उपलब्ध हुन्छन् भन्ने कुरालाई स्थापित गर्न अब सूचना सञ्चार र सूचना प्रविधि बिनाका योजना कल्पना गर्न सकिँदैन । यसबेला एउटै भूगोलभित्र एउटै श्रोतमा एउटै शैली र समान मापदण्डमा चल्ने अत्याधुनिक सूचना प्रणालीको विकास गर्नुको विकल्प छैन । यस कुरामा सबैको सकारात्मक दृष्टिकोण आवश्यक छ । यसो भएमा मात्र नेपाल सरकारले अघि सारेको 'समृद्ध नेपाल, सुखी नेपाली' को नाराले साथर्कता प्राप्त गर्न सक्दछ भन्ने कुरामा दुईमत छैन ।

त्यसैले स्थानीय तहले न्युनतम लगानीमा अधिकतम लाभ प्राप्त गर्ने सूचना सञ्चार प्रणालीका लागि सञ्चार प्रविधिमा आधारित एउटै जग बसाउन सक्नु पर्छ । यसबाट नागरिक र जनप्रतिनिधि दुवैलाई लाभ प्राप्त हुन्छ ।

(काठमाडौं महानगरपालिकाका प्रमुख प्रशासकीय अधिकृत (रा.प. विशिष्ट श्रेणी) श्री अर्यालसँग गरिएको कुराकानीमा आधारमा प्रस्तुति चन्द्रमणि भट्टराई ।)

मेट्रो एफएममा हाल आवद्ध जनशक्तिको सही परिचालन, उपकरणहरूको सही उपयोग, उत्कृष्ट सामग्रीहरूको उत्पादन र संस्थाको आत्मनिर्भरतालाई पनि यसले टेवा दिन्छ भने साझेदारी नीतिको कार्यान्वयनमा अब विलम्ब गर्नुहुन्न भन्ने हाम्रो सोच हो ।

ईश्वरमान डंगोल

स्थानीय सरकार र स्थानीय सञ्चार

काठमाडौं महानगरपालिका नेपालको सबैभन्दा पहिलो नगरपालिका मात्र होइन जनसंख्याको दृष्टिकोणले देशको सबैभन्दा ठूलो स्थानीय तह पनि हो । आजभन्दा सय वर्ष अघि सफाई अड्डाका रूपमा स्थापित काठमाडौं नगरपालिका नागरिक केन्द्रित विभिन्न क्षेत्रको विकासकार्यमा पनि तुलनात्मक रूपले सदैव अगाडि र पहिलो रहँदै आएको छ । देशको केन्द्रीय राजधानी समेत भएको कारणले विकास, प्रगति, सुविधा र सेवाका हरेक क्षेत्रमा क्षमताले भ्याएसम्म अब्बल रहनु यसको दायित्व पनि हो । यहाँ उपलब्ध रोजगारी, सेवा र सुविधाको खोजीमा देशका ७७ वटै जिल्लाका मानिसहरूको अस्थायी वा स्थायी बसोवास यहाँ रहन आएका कारण काठमाडौं महानगरपालिकामाथि आफ्नो मात्र नभई अन्य जिल्लाका नागरिकका लागि समेत पूर्वाधार विकास एवं सेवा सुविधाहरू विस्तार गर्ने दबाब पनि छ । यसरी समयको माग अनुरूप सेवा, सुविधा र पूर्वाधार विकासमा सधैं अगाडि रहँदै आएको काठमाडौं महानगरपालिकाले वि.सं. २०५६ सालमा स्थानीय निकायबाट सञ्चालित पहिलो रेडियो प्रसारण सेवाका रूपमा 'मेट्रो एफएम' सञ्चालनमा ल्याएको थियो ।

मेट्रो एफंएम नेपालको मात्र नभई सम्पूर्ण दक्षिण एशियाकै स्थानीय निकायबाट सञ्चालित पहिलो रेडियो सेवा थियो । स्थानीय निकायले एफ.एम. रेडियो चलाउने अवधारणा त्यतिबेलासम्म दक्षिण एशियामा कहीं पनि आइसकेको थिएन । शुरूमा १०६ दशमलव ७ मेगाहर्जमा प्रसारण हुने यो एफ.एम. सेवा पछि पावर विस्तार गरी ९४ दशमलव ६ मेगाहर्जमा सारियो । मेट्रो एफएमको सञ्चालन सँगसँगै मुलुकमा एफ.एम. रेडियो प्रसारणको ठूलो लहर नै चल्यो । विभिन्न आरोह अवरोह पार गर्दै मेट्रो एफएम अहिले उपत्यकावासीकै सबैभन्दा लोकप्रिय रेडियो सेवाका रूपमा सञ्चालित छ ।

त्यति बेला केही सीमित अधिकार प्राप्त स्थानीय निकाय अहिले स्थानीय सरकारमा रूपान्तरण भइसकेको छ । अहिले स्थानीय सरकारलाई एफ.एम. रेडियो सञ्चालन मात्र होइन, रेडियो नवीकरणको अधिकार समेत संविधानले दिएको छ । अहिले काठमाडौं उपत्यकामा मात्र सय हाराहारी एफएम रेडियोहरू सञ्चालनमा आइरहेका छन् । सञ्चार क्षेत्रमा भएका नयाँ नयाँ प्रविधि र साधनको विकासले एफएम रेडियोप्रतिको रूचीलाई केही हदसम्म घटाइदिएको सत्य हो । तै पनि नेपाली जनताको घर घरमा रेडियोको पहुँच भने अझै कम भएको छैन । अहिले पनि ९० प्रतिशतभन्दा बढी नेपाली जनताको साथमा रहने प्रमुख सञ्चार साधन रेडियो नै हो । रेडियोलाई नेपालमा

सबैभन्दा बढी पहुँच र सञ्जाल भएको प्रभावकारी साधनको रूपमा लिने गरिन्छ ।

एफएम रेडियोहरूको यो ठूलो भीडमा पनि स्थानीय तहबाट सञ्चालित रेडियोको महत्व भने भिन्नै रहेको यथार्थलाई नजरअन्दाज गर्न सकिँदैन । स्थानीय तहबाट सञ्चालित रेडियो व्यावसायिक हुँदैन, सामुदायिक हुन्छ । अर्थात यो समुदायको आवाज बोल्ने रेडियो हुन्छ । त्यसो त अहिले अन्य एफएम रेडियोहरूले पनि आफूलाई समुदायको आवाज बोल्ने सञ्चार माध्यमको दावी गर्दै सामग्रीहरू प्रसारण गरिरहेको पाइन्छ । तर समुदायको आवाज प्रसारण गर्न सबैभन्दा पहिले काठमाडौं महानगरभित्र बसोवास गर्ने समुदायलाई बुझ्नुपर्ने हुन्छ । समुदाय कस्तो छ, यसको चरित्र के हो, यसको आवश्यकता के हो, यसलाई चाहिने सामग्री के हुन् भन्ने कुराको निर्क्योल पहिले हुनु जरूरी छ । स्थानीय सरकारले स्थानीय जनताका लागि प्रसारण गर्ने सामग्रीको आफ्नै स्वरूप रहेको हुन्छ । एउटै व्यक्ति राष्ट्रिय प्रसारणका श्रोता पनि हुन्छन्, स्थानीय प्रसारणका श्रोता पनि हुन्छन् । तर उसले राष्ट्रिय प्रसारणबाट प्राप्त गर्ने सामग्री र स्थानीय प्रसारणबाट प्राप्त गर्ने सामग्री भने भिन्न हुन्छ । राष्ट्रिय प्रसारणबाट उसले देश र विदेशका जानकारीमूलक सामग्रीहरू ग्रहण गरिरहेका हुन्छन् भने स्थानीय प्रसारणबाट आफ्नो दैनिक जीवनसँग सम्बन्धित उपयोगी सामग्रीहरू हासिल गरिरहेका हुन्छन् । आफ्नो घरमा उत्पादन हुने फोहोरको व्यवस्थापन कसरी गर्ने, घर वरिपरि सरसफाईमा कसरी ध्यान दिने, आफू बस्ने नगरको वरपर के कस्ता घटनाहरू भइरहेका छन्, आफूले कर तिरिरहने स्थानीय सरकारले के कस्ता नयाँ काम गरिरहेका छन्, आफूले भोट दिई निर्वाचित गरेका जनप्रतिनिधिहरू के कस्ता कार्यमा व्यस्त छन्, आदि जस्ता समाचारमूलक, जानकारीमूलक सामग्रीहरू स्थानीय जनतालाई निरन्तर उपलब्ध गराउनु नै स्थानीय रेडियोको प्रमुख कार्य हो । यदि रेडियोले प्रसारण गरेका कुनै सामग्री राष्ट्रिय महत्वका छन् भने त्यसलाई अन्य राष्ट्रिय सञ्चार माध्यमहरूले साभार गरी प्रसारण/प्रकाशन गर्न सक्दछन् । राष्ट्रिय प्रसारणका लागि अयोग्य ठहरिएका स्थानीय सामग्रीहरू स्थानीय रेडियोका लागि खुराक हुन सक्छन् ।

सञ्चारले समाजलाई सुसूचित गर्छ, शिक्षित गर्छ, मनोरञ्जन दिन्छ र अन्ततः उत्प्रेरित गर्छ । समाजलाई यी चारै कोणबाट पृष्ठपोषण गर्ने विषयवस्तुहरू काठमाडौं महानगरपालिका भित्र प्रशस्तै छन् । विज्ञापन र प्रायोजनको पछि मात्रै दगुर्ने सञ्चार माध्यमहरूले ती विषयवस्तुहरू देख्दैनन्, वा देखे पनि परख गर्दैनन् । ती विषयवस्तुको खोजी र उत्पादन हाम्रो दायित्व हो । ती सामग्रीहरू प्रसारण गर्ने स्थानीय भाषाको प्रयोगलाई पनि स्थानीय सरकारले ध्यानमा राख्नु पर्दछ र सो अनुरूप संचालन हुँदै आइरहेको पनि छ ।

काठमाडौं महानगर संस्कृति र सम्पदाको भण्डार पनि हो । योसँग सम्बन्धित विषयवस्तु नै हाम्रो प्रमुख प्रसारण सामग्री हुनु पर्दछ । यहाँ प्रचलित जात्रा, चाड, पर्व, मेला, बाजागाजा, लोकसंगीत आदिसँग सम्बन्धित सामग्री हाम्रा प्राथमिकता हुन् । त्यस्तै नगरवासीको स्वास्थ्यसँग सम्बन्ध रहेको स्वास्थ्यजन्य विषयवस्तु, प्रदुषण, पर्यावरणीय समस्या आदि पनि हाम्रा सामग्री हुन् । महानगरमा बस्नुहुने प्रेरणादायी व्यक्तित्वहरू, विभिन्न सार्वजनिक पदमा आसिन विशिष्ट व्यक्तित्वहरू, सार्वजनिक महत्वका स्थानमा रहनुभएका व्यक्तित्वहरूसँग सम्बन्धित विषयवस्तु पनि हाम्रा सामग्री हुन् । छलफल र अन्तर्क्रियाद्वारा अन्य विषयवस्तुहरू पनि पहिल्याउन सकिन्छ ।

स्थानीय सञ्चारमाध्यमबाट प्रसारण हुने यी विषयवस्तुका सामग्रीहरूले नगरवासीलाई आफ्नो नगरमा भइरहेका गतिविधिबारे जानकारी दिने, नगरमा गर्नुपर्ने कार्यहरूबारे जागरूक बनाउने, जनप्रतिनिधिहरूलाई घचघच्याइरहने, अनियमित कार्यप्रति सदैव सचेत बनाइराख्ने जस्ता कार्य गराउन सकिन्छ । नगरवासीमा आएको यो चेतनाले अन्ततः सहयोग पुग्ने काठमाडौं महानगरपालिकालाई नै हो । नगरको विकास, सम्पदाहरूको संरक्षण, आफ्नो क्षेत्रको सरसफाई र महानगरपालिकाका गतिविधिहरू प्रति नगरवासीहरू आफै सचेत हुन सके त्यसले महानगरपालिकाको कामलाई नै टेवा पुग्न जान्छ । सुशासनको शुरूवात पनि त्यहींबाट आरम्भ हुन्छ ।

काठमाडौं महानगरपालिकाले आफ्नो नीति तथा कार्यक्रममा अब मेट्रो एफएमलाई सार्वजनिक निजी साझेदारी अन्तर्गत सञ्चालन गरी प्रतिस्पर्धी तथा प्रभावकारी बनाउने योजना समावेश गरिसकेको छ । अब यो साझेदारी कस्तो सार्वजनिक निजी निकायहरूसँग गर्ने भन्ने विषयमा पनि ठोस दृष्टिकोण बनाई कार्यान्वयनको चरणमा प्रवेश गर्नु आवश्यक छ । काठमाडौं महानगरपालिकाद्वारा सञ्चालित एफएम रेडियोले गर्ने प्रतिस्पर्धाको स्वरूप कस्तो हुने हो, त्यसमा पनि बिचार मन्थनको आवश्यकता छ । विकासका सबै कामहरू महानगर एक्लैले गर्न सम्भव छैन । त्यसमा अरु सक्षम एवं विषयसम्बद्ध निकायहरूको सहभागिता र सहयोग पनि अत्यावश्यक छ । काठमाडौं महानगरपालिकाले अहिले पूर्वाधार निर्माण, सम्पदा संरक्षण एवं पुनर्निर्माणका कार्यहरूमा समेत सार्वजनिक-निजी साझेदारीको नीति अख्तियार गरी काम गरिरहेको अवस्था छ । सञ्चार क्षेत्रलाई पनि अब त्यही नीति अन्तर्गत सञ्चालन गर्ने महानगरपालिकाको सोचाई हो । मेट्रो एफएममा हाल आवद्ध जनशक्तिको सही परिचालन, उपकरणहरूको सही उपयोग, उत्कृष्ट सामग्रीहरूको उत्पादन र संस्थाको आत्मनिर्भरतालाई पनि यसले टेवा दिन्छ भने साझेदारी नीतिको कार्यान्वयनमा अब विलम्ब गर्नुहुन्न भन्ने हाम्रो सोच हो । यो नीतिले गर्ने

प्रतिस्पर्धा भनेको आय आर्जनको प्रतिस्पर्धा होइन । नगरवासीका लागि उपयोगी सामग्री उत्पादनको प्रतिस्पर्धा, नगरवासीलाई सञ्चारको माध्यमबाट जागरूक बनाउने प्रतिस्पर्धा र समग्रमा स्थानीय निकायले सञ्चालन गर्ने स्थानीय सञ्चार माध्यमको नमूना स्थापित गर्ने प्रतिस्पर्धा - स्थानीय सरकारद्वारा सञ्चालित सञ्चार माध्यमहरूले गर्ने प्रतिस्पर्धा यसमा हो । यो प्रतिस्पर्धाले मात्रै जनतालाई संविधानले प्रदान गरेको सूचनाको हकप्रति न्याय गर्न सकिन्छ ।

मेट्रो एफएमको स्थापना नेपाल मात्र होइन दक्षिण एशियाकै लागि एउटा नौलो कदम बनेको थियो । अब यसलाई एफ.एम. स्थापनाका दृष्टिकोणले मात्र होइन एफएम सञ्चालनको दृष्टिकोणले पनि नेपाल एवं दक्षिण एशियाकै नमूना सञ्चार माध्यम बनाउनु छ । लक्ष्य निर्धारण गरिसके पछि अब त्यसै अनुरूपको संरचना निर्माण गर्नु हाम्रो दायित्व हुन आउँछ । यसको लागि मेट्रो एफएमको हालको संरचना र व्यवस्थापनलाई आवश्यक सुधार गरी नयाँ स्वरूप दिनुपर्ने नितान्त आवश्यक छ । हामी आशा गरौं, काठमाडौं महानगरपालिकाद्वारा सञ्चालित सञ्चार माध्यमहरूको व्यवस्थापन यात्रा अझ सुदृढ र व्यवस्थितका साथ अघि बढ्ने छ ।

(कामपाका प्रवक्ता, सूचना प्रविधि समितिका संयोजक एवं कामपा १५ वडाका वडा अध्यक्ष श्री डंगोलसँग गरिएको कुराकानीमा आधारित ।)

मेट्रो एफ एम ९४.६

हरेक आइतबार

समय	कार्यक्रम
०५:२५- ०५:३०	प्रसारण आरम्भ
०५:३०- ०५:४५	प्रवचन-पूर्वीय दर्शन र आध्यात्म
०५:४५- ०६:००	प्रवचन-बौद्ध दर्शन
०६:००-०६:३०	मेट्रो हालखवर (समाचार) -राष्ट्रिय मुख्य समाचार
०६:३०-०७:००	मन्थन (बिषय बिश्लेषण)- आर्थिक/सामाजिक/राजनीतिक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	डबली-समाचार र घटना बिश्लेषण
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल बुखँ-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:१५	नेपाल मण्डल दबू-अन्तरर्वार्ता
०८:१५-०८:४५	नेवाः जनसरोकार - विचारमुलक कार्यक्रम
०८:४५-०९:००	स्वदेश / राष्ट्रिय गान जागरण
०९:००-०९:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १
०९:३०-१०:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा २
१०:००-११:००	मिथिलाञ्चल-मैथिली भाषाको कार्यक्रम
११:००-११:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ३
११:३०-१२:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ४
१२:००-१२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ५

समय	**कार्यक्रम**
१२:३०-०१:००	अंग्रेजी गीतको कार्यक्रम- मनोरञ्जनात्मक
०१:००-०२:००	स्वर संगीत-हिन्दी गीतमा आधारित
०२:००-०२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ६
०२:३०-०३:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ७
०३:००-०३:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ८
०३:३०-०३:४५	नेपाली पुराना गीतहरू-मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०३:४५-०४:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०४:००-०४:४०	रेडियो शिक्षा -कक्षा ९
०४:४०-०५:००	लोक गीतहरु -मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०५:००-०५:४०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १०
०५:४५-०६:००	मेट्रो हालखवर-समाचार
०६:००-०६:३०	तामाङ् भाषाको कार्यक्रम-नाङ्साल
०६:३०-०७:००	महानगर गतिविधि-समाचार/जानकारीमुलक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	संवाद -समसामयिक अन्तर्वार्ता
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:४५	नेपाल भाषाका गीत-मनोरञ्जनात्मक
०८:४५-०९:००	शास्त्रीय बादन र गायनमा आधारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०९:००-१०:००	भावना-सूचना र मनोरञ्जनात्मक

‘टाढाको देवताभन्दा नजिकको भूत काम लाग्छ ।’ यो नेपाली उखानको भाव मनन गर्ने हो भने पनि व्यक्तिका समस्यामा आफ्नै परिवेशका विषय काम लाग्छन् । यदि स्थानीयले महसुस गरेका छैनन् भने आमसञ्चारले महत्व बुझाइ दिनुपर्छ ।

श्यामराज तिवारी

स्थानीय सरकार, आम सञ्चार र सूचना प्रविधि

सरकार मात्र होइन अहिले सूचना सञ्चार र सञ्चार प्रविधि बिनाको व्यक्ति, परिवार र समाज पनि कल्पनाबाहिरको कुरा भएको छ । शिक्षा, स्वास्थ्य, सुरक्षाजस्ता शासनका आधारभूत पक्ष सञ्चालन गर्न पनि सूचना, सञ्चार र प्रविधि अनिवार्य हुन थालेको छ । जनताको घरमा सरकारको उपस्थिति पु¥याउनु पर्ने स्थानीय सरकार र सरकारको सेवा केन्द्रका रुपमा स्थापित वडा समितिलाई सञ्चार अपरिहार्य छ । कुरा रह्यो, व्यवस्थापनको । यो सजिलो छैन । सामान्य खर्चमा यो काम भइहाल्ने पनि होइन । तर यसो भनेर छोड्न पनि मिल्दैन । यसो भए के गर्ने त ? विवेक पुर्‍याएर उत्तर दिनुपर्ने प्रश्न हो यो ।

सरकारका जिम्मेवारी, प्रचलित कानूनले प्रदान गरेका नागरिक अधिकार, संघीय शासन प्रणालीको मर्मजस्ता पक्षलाई स्थानीय सरकारले सञ्चालन गर्ने विद्युतीय प्रशासन, असल शासनका अभ्यासलाई सूचना व्यवस्थापनका कोणबाट हेर्नुपर्छ । सूचना सञ्चार र सञ्चार प्रविधिलाई कहिलेकाहीं जोडेर र कहिलेकाहीं छुट्याएर हेर्नुपर्छ । यसको विकासबाट मलाई फाइदा नभए पनि जगतलाई फाइदा पुग्छ भन्ने कोणबाट हेरियो भने बल्ल आधारभूत ठाउँमा पुगिन्छ ।

महानगरको सिकाइ :

राणाकालदेखि संघीय शासन प्रणालीका हरेक राजनीतिक परिवर्तनलाई महानगरको सञ्चारले व्यहोरेको छ । शासन व्यवस्था र परिवर्तन देखेको यस अभ्यासमा सञ्चारले निर्वाह गर्नुपर्ने दायित्व छ । सञ्चारबाट परेको सकारात्मक प्रभावका परिणाम मापन गर्न सकिँदैन । नराम्रा कुराको टिप्पणी हुन्छ । चर्चा हुन्छ । तर शिक्षा प्राप्त गरेर व्यवहारमा आएको परिवर्तनलाई अङ्कमा देखाउन कठिन छ । यही कारण कति परिणाम आयो ? उत्तर खोजेर, यसको उपयोगबाट प्राप्त भएका लाभलाई लेखाङ्कन गर्न सकिएको छैन ।

असल शासनको अभिन्न अङ्ग यस प्रणालीमा खटिने जनशक्ति व्यवस्थापन गर्न नसक्नु, वृत्ति र क्षमता विकासका कार्यक्रम दिन नसक्नु, कार्य विवरणअनुसारको हैसियत दिन नसक्नु, क्षमता पहिचान र परिचालन गर्न नसक्नु, लक्ष्य निर्धारण नहुनु, सीमा र सम्बन्धको भेउ नपाउनु जस्ता संस्थागत कमजोरीले यसको समुचित विकास अड्किएको छ । सबैभन्दा महत्वपूर्ण कुरा त महानगरको नीति तथा कार्यक्रमको गुणात्मक परिणाम र असल शासन प्रवर्द्धनको प्रचलित अभ्यासमा सञ्चारलाई उपयोग गर्न र आकार दिन सकिएको देखिँदैन । म सूचना सञ्चार समितिको सदस्यको नाताले यस्तो महसुस गरेको छु ।

सञ्चार विशिष्ट प्राविधिक विषय हो । सञ्चारबाट प्रकाशन प्रसारण भएका समाचार र विचारले आम मानिसमा विषयप्रतिको दृष्टिकोण बन्छ । सकारात्मक धारणा बनाउने कि नकारात्मक, त्यो विषय र प्रस्तुतिमा निर्भर हुन्छ । यस कोणबाट

अन्य प्राविधिक विषयभन्दा सञ्चार संवेदनशील ठाउँ पनि हो । काठमाडौं महानगरपालिकाबाट 'उचित ठाउँमा, सही जनशक्ति'को अवधारणाअनुरूप प्रशासनिक नेतृत्व खटाउने मामिलामा कमी कमजोरी रहेको पाइएको छ । जसको कारण अराए खटाएको कामलाई औपचारिक समयभित्र सम्पन्न गर्ने परिपाटी देखिन्छ । यो पनि सञ्चार विकासको बाधक हो ।

यति भइकन पनि महानगरसँगै उपत्यकाका स्थानीय तहका नीति, बजेट र कार्यक्रममा आधारित पूर्वाधार, सामाजिक विकास, आर्थिक र सामाजिक विषयलाई निरन्तर उठाइरहनु सबल पक्ष हो । स्थानीय, भाषा, कला, साहित्य, सृजना, आफ्नो भौगोलिक क्षेत्रभित्र रहेका मूर्त अमूर्त सांस्कृतिक सम्पदा, तिनीहरूको ऐतिहासिक र पुरातात्विक महत्वको चर्चा गरेर बुझाइमा समान धारणा बनाउन सहयोग गरिरहेका छन् ।

सेवा केन्द्रहरूको अपेक्षा :

संघीय संरचनामा स्थानीय तहभन्दा तल अर्थात् जनताका आँगनमै बसेर जनतालाई सेवा गर्ने संयन्त्र भनेको वडा कार्यालय हो । जन्मदेखि मृत्युपर्यन्तका घटनालाई आधिकारिता दिने, सेवा उपलब्ध गराउने र गुनासा सुन्ने काम पनि वडा समितिकै जिम्मामा छ । यो नयाँ प्रणाली भएकोले यसका सम्भावना र चुनौति कस्ता छन् ? सञ्चारका मूल विषय बन्नुपर्छ । सामान्य जीवनयापन गर्ने जनसाधारणका लागि राष्ट्रिय र अन्तरराष्ट्रियभन्दा आफ्नै आँगनको, आफ्नै जनप्रतिनिधिले गरेका कामकुरा सुन्ने चाहना हुन्छ । 'टाढाको देवताभन्दा नजिकको भूत काम लाग्छ ।' यो नेपाली उखानको भाव मनन गर्ने हो भने पनि व्यक्तिका समस्यामा आफ्नै परिवेशका विषय काम लाग्छन् । यदि स्थानीयले महसुस गरेका छैनन् भने आमसञ्चारले महत्व बुझाइ दिनुपर्छ ।

यति मात्र होइन, वडा तहबाट भएका कामबाट जनताले प्राप्त गरेको लाभको कुरा उठाइदिनुपर्छ । वडाले छिमेकी वडासँग गर्ने व्यवहार, वडा–वडा बीचका साझा कार्यक्रम, वडा र नगरपालिकाको सम्बन्ध, प्रदेश सभा र संघ सभाका प्रतिनिधिले गर्ने योजनालगायतका विषयमा सञ्चार चनाखो हुनुपर्छ ।

सञ्चारको रुपान्तरण :

स्थानीय तहले उपयोग गरेको स्वायत्तताको अभ्यास र सेवाको पारदर्शिता सञ्चार क्षेत्रको प्राथमिकतामा पर्नु पर्दछ । यस दृष्टिबाट काठमाडौं महानगरले सञ्चार व्यवस्थापनका लागि निम्न चरणका काम गर्दा उपयुक्त हुन्छ :

क) नीतिगत : काठमाडौं महानगरको सञ्चारले आय गर्नु पर्छ कि पर्दैन? यो वहसको विषय हो । गर्नुपर्छ, किनभने यसलाई आत्मनिर्भर बनाउनुपर्छ । गर्नु पर्दैन, किनभने यसले सेवा गर्ने हो आय गर्ने होइन । यी दुवै भनाइ अर्थपूर्ण छन् । तर यी दुवै एकैपटक चल्न सक्दैन । त्यसैले महानगरले सञ्चार कसरी सञ्चालन गर्ने ? अन्तर्राष्ट्रिय अभ्यास हेरेर त्यस्तै वा अरूलाई पनि उदाहरण हुने कुनै मोडेल स्थापित गर्ने नीतिगत व्यवस्था गर्नुपर्छ । कार्यालयका इञ्जिन भनेका जनशक्ति हुन् । जनशक्ति बिनाको सेवा कल्पना बाहिरको कुरा हो । त्यसैले संचार क्षेत्रमा कार्यरत पत्रकार/सञ्चारकर्मीको उचित व्यवस्थापनमा ध्यान दिनै पर्दछ ।

ख) संगठन संरचना : संसारमा धेरै छिटो परिवर्तन हुँदै आएको क्षेत्र भनेकै सूचना सञ्चार र प्रविधिको क्षेत्र हो । अहिले आमसञ्चार क्षेत्रमा पनि न्यु मिडिया बढी प्रभावकारी हुन थालेको छ । यस कोणबाट सञ्चार सेवालाई चुस्त र छिटो निर्णयमा पुग्न सक्ने स्वायत्त र चुस्त संगठन संरचनाको आकारमा ल्याउनु पर्छ ।

ग) भौतिक अवस्था : महामारी र विपत्तिका समयमा अन्य सेवा रोकिएर फरक नपर्न सक्छ तर सञ्चारको क्षेत्र भने सक्रिय हुनै पर्छ । त्यसैले भूकम्प, आगलागीजस्ता दुर्घटनाले छुन नसकिने भौतिक संरचना आवश्यक पर्छ । आवश्यक परेका बेला सञ्चारकर्मी र प्राविधिकलाई त्यहीं खान बस्न सक्ने क्षमता पनि त्यसमा निहित हनु पर्दछ ।

यसै गरी समाचार संकलन तथा सम्पादन, कार्यक्रम उत्पादन गर्ने अत्याधुनिक प्रविधि अद्यावधिक गराउनुपर्छ । जनशक्तिलाई प्रविधिमा अभ्यस्त गराउन तालिम र उत्प्रेरणाका काम गर्नुपर्छ ।

घ) प्रचलित अभ्यासको उपयोग : आमसञ्चार क्षेत्रलाई प्राप्त पेशागत स्वायत्तता (Professional Freedom) लाई संकुचित गर्नुहुँदैन । सबैको भावना राख्न सक्ने बनाउनु पर्छ । जिम्मेवार प्राप्त अधिकारी र लाभग्राहीका बीचमा अन्तर्क्रियात्मक सम्बन्ध बनाउनु पर्दछ । पत्रकार/सञ्चारकर्मीसँग कार्य सम्पादन सम्झौताबाट पेशागत अनुशासन, मर्यादा र परिणाम ल्याउन सकिन्छ ।

निष्कर्ष :

जिम्मेवार पत्रकारिता आजको आवश्यकता हो । अहिलेको पत्रकारिता व्यक्तिलाई पछार्ने र उकास्ने खेलतिर दौडिरहेको छ । यसले सन्तुलित र सामाजिक न्यायमा आधारित समाज निर्माणमा बाधा पुऱ्याउँछ । स्थानीय सरकारले गरेका राम्रा काम ओझेलमा पर्ने र नराम्रा मात्र चर्चा हुन थाल्छ । यस अवस्थाले जनप्रतिनिधि र स्थानीयको सम्बन्ध टुटाउँदै लान्छ । यो अवस्थाले संघीयता मर्मलाई सहयोग गर्दैन । संविधानले स्थानीय तहलाई सञ्चार व्यवस्थापन गर्न दिएको एकल अधिकार प्रयोग गर्न र प्रदेश तथा संघ सरकारसँग प्रभावकारी समन्वय गर्ने संयन्त्र विकास गर्नुपर्छ ।

महानगरको सूचना प्रविधि समितिले सञ्चारको दिगो विकासका लागि आउँदा दिनमा सम्बद्धसँग छलफल र अन्तर्क्रिया गर्नेछ । पत्रकार र सञ्चारकर्मीको पीडा र उहाँहरूको योजना सुन्नेछ । यसका आधारमा सुझावसहित कार्यपालिकामा प्रस्ताव पठाउनेछ । यसै गरी सञ्चार सेवाका लागि विधायन समितिसँग काम थालनी गर्नेछ । तत्कालका लागि समितिका काम कार्यालय व्यवस्थापनमा केन्द्रित देखिए पनि यस संयन्त्रबाट प्राप्त हुने परिणाम महानगर र महानगरबासीको प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष सम्बन्धसँग जोडिएका कामसँग सम्बन्धित हुनेछन् । यसबाट प्राप्त उपलब्धीले संघीयता कार्यान्वयनको सिकाइ आदानप्रदान गर्न, स्थानीय सुशासन र स्वशासनका विद्यार्थीलाई अध्ययन गर्न काम लाग्ने हुनेछन् ।

(लेखक कामपा वडा २६ का अध्यक्ष र सूचना प्रविधि समितिका सदस्य हुनुहुन्छ ।)

नेपालको संविधानले जुन किसिमबाट स्थानीय सरकारलाई स्वायत्तताको अधिकार सुम्पिएको छ त्यस्तो अधिकार अन्य मुलुकको संविधानले दिएको देखिन्न ।

काशीराज दाहाल

संघीय व्यवस्थामा स्थानीय सरकार र आमसञ्चार

पृष्ठभूमि

संघीय लोतान्त्रिक गणतन्त्रात्मक शासन प्रणालीको माध्यमद्वारा मुलुकमा दिगो शान्ति, सुशासन, विकास र समृद्धि प्राप्त गर्ने उद्देश्यले नेपालले नयाँ संवैधानिक प्रणालीको अभ्यास गरिरहेको छ । विगतका शासन व्यवस्थाहरूले नागरिक अधिकारको संरक्षण, सुशासन र समृद्धि दिन नसकेका कारण नयाँ संवैधानिक व्यवस्था अवलम्वन गर्नुपरेको हो । राज्यको राजनीतिक र आर्थिक अधिकारसमेत स्थानीय तहमा निक्षेपण गरी सन्तुलित विकासद्वारा राज्य व्यवस्थाको मुल प्रवाहीकरणमा सबैको सहभागिता गराउनु अहिलेको मुख्य जिम्मेवारी हो । नेपालको संविधानले उदारवादी लोकतन्त्रका आधारभूत सिद्धान्तहरूलाई आत्मसात गरेको छ । मानव अधिकारको प्रत्याभूतिलगायत पूर्ण प्रेस स्वतन्त्रतासहितको मौलिक अधिकार सुनिश्चित गरेको छ । विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता, सञ्चार हक, सूचनाको हक जस्ता सूचना तथा सञ्चार सम्बन्धी हकसमेत संरक्षण गरेको छ ।

संघीयता र स्थानीय सरकार

लोकतन्त्र उत्कृष्ट राजनीतिक प्रणाली हो । विश्वका लोकतान्त्रिक मुलुकहरूमा पनि एउटै स्वरूपमा राज्य प्रणालीको अभ्यास छैन । अधिकार निक्षेपणको आधारहरूसमेत फरक छन् । शासकीय स्वरूप, राज्यको ढाँचागत संरचना, आर्थिक प्रणाली, निर्वाचन प्रणाली, न्याय प्रणाली, विकासको ढाँचा जस्ता विभिन्न कुराहरूमा आ(आफ्नै परिवेश अनुरूपको अभ्यास देखिन्छ । स्वीट्जरल्याण्ड, जर्मनी, ब्राजिल, दक्षिण अफ्रिका, भारत, नेपालजस्ता मुलुकहरूले संघीय प्रणालीअन्तर्गत संविधानमार्फत स्थानीय तहमा अधिकारको विभाजन र निक्षेपण गरेका छन् ।

राज्यशक्ति तहगत रूपमा विभाजन भएको व्यवस्था संघीयता हो । संघवादको सिद्धान्तलाई सर्वप्रथम अमेरिकाले सन् १७८७ को संविधानमा अवलम्बन गरी संघीय शासन प्रणाली प्रारम्भ गरेको थियो । स्वीट्जरल्याण्ड, ब्राजिल, जर्मनी, स्पेन, दक्षिण अफ्रिका, भारतजस्ता संघीय मुलुकहरूले स्थानीय सरकारका सम्बन्धमा संविधानमा केही व्यवस्था गरेका छन् । नेपालको संविधानले जुन किसिमबाट स्थानीय सरकारलाई स्वायत्तताको अधिकार सुम्पिएको छ त्यस्तो अधिकार अन्य मुलुकको संविधानले दिएको देखिन्न । जर्मनी लगायतका कतिपय मुलुकहरूको स्थानीय सरकारलाई भंग गर्न सक्ने अधिकार भएकोमा नेपालमा भंग गर्न नसक्ने गरी संविधानले प्रदेश सरकारलाई भन्दा पनि स्थानीय सरकारको आवश्यकता र महत्वलाई आत्मसात गरेको छ ।

नेपालको संविधानको धारा ५७ ले संघ, प्रदेश र स्थानीय तहबीच राज्यशक्तिको बाँडफाड गरेको अधिकारको सूची संविधानको अनुसूचीमा उल्लेख छ । स्थानीय तहको एकल अधिकारको सूचीभित्र २२ वटा विषय र साझा अधिकारको सूचीभित्र १५ वटा विषय रहेका छन् । संविधानको धारा ५७ मा स्थानीय सरकारले विधायिकी र कार्यकारी शक्ति प्रयोग गरी कार्य सम्पादन गर्ने अधिकार छ । एकल अधिकारको विषयहरूमा स्थानीय तहले संविधानको अधिनमा रहेर कानुन बनाई लागू गर्न सक्ने र साझा अधिकारको विषयमा संविधान, संघीय र प्रदेश कानुनको अधिनमा रही कानुन बनाएर कार्यान्वयन गर्न सक्ने व्यवस्था छ । यसैगरी संविधानको धारा ५९ बमोजिम स्थानीय सरकारले आफ्नो अधिकार भित्रको आर्थिक अधिकार सम्बन्धी विषयमा कानुन बनाउने, वार्षिक बजेट बनाउने तथा आयोजना तयार गर्ने र त्यसको कार्यान्वयन गर्ने अधिकार छ ।

संविधान, स्थानीय सरकार सञ्चालन ऐन २०७४, अन्तर सरकारी वित्तीय व्यवस्थापन ऐन, २०७४, प्रचलित विभिन्न ऐन, कानुन र संघ, प्रदेश र स्थानीय तह (समन्वय र अन्तर सम्बन्ध) ऐन २०७७, बमोजिम स्थानीय सरकारले आफ्नो अधिकार क्षेत्रभित्रको काम गर्ने गरी स्वायत्तताको अधिकार प्राप्त गरेको छ । यसरी स्थानीय सरकारलाई कानुन बनाउने, विधायिकी अधिकार लागू गर्ने, कार्यकारिणी अधिकार, मुद्दा, मामिला न्यायिक समितिमार्फत् निरूपण गर्ने, न्यायिक अधिकार, आर्थिक अधिकार, प्रशासकीय अधिकार, विकासको अधिकार, नियमनको अधिकार जस्ता विभिन्न अधिकारहरू प्राप्त छ । स्थानीय तहलाई संविधानले प्रदान गरेको अधिकार नेपालमा अहिले ४६० गाउँपालिका र २७६ नगरपालिका, ११ उपमहानगरपालिका र ६ महानगरपालिका गरी ७५३ वटा स्थानीय सरकारहरूले प्रयोग गरिरहेको अवस्था छ ।

नेपालमा स्थानीय सरकारको स्थापना गर्नुको मुख्य उद्देश्य स्थानीय जनतालाई लोकतन्त्रका लाभहरूको न्यायोचित वितरण महसुस गराउनु हो । यस्तै सुलभ र गुणस्तरीय सेवा प्रवाहबाट संविधानले अङ्गीकार गरेको शासन प्रणालीलाई स्थानीय तहदेखि नैं सुदृढ गरी स्थानीय तहमा विधायिकी, कार्यकारिणी र न्यायिक अभ्यासलाई संरक्षण गर्नु हो ।

स्थानीय सरकार : अभ्यास र अनुभव

एकात्मक राज्य प्रणाली भएका मुलुकहरूले स्थानीय तहको आवश्यकतालाई बोध गरी सोही अनुरूपका अधिकारहरू प्रत्यायोजन गरेका छन् । नेपालले विश्वका अन्य मुलुकहरू भन्दा बढी महत्वका साथ स्थानीय सरकारलाई स्वशासनको अधिकार प्रदान गरेको छ । यस अवस्थामा नेपालमा स्थानीय सरकारले स्थानीयवासीको माग, आवश्यकता र प्राथमिकताको पहिचान गरी वडा र टोलस्तरबाटै योजना तथा कार्यक्रम तर्जुमा गर्न सक्छन् । यस प्रणालीले जनताको शासन व्यवस्थामा सहभागिता र अपनत्व सृजना भएको छ । कोभिड १९ को महामारीको अवस्थामा क्वारेन्टिन व्यवस्थापन, प्रभावित व्यक्तिहरूको विवरण संकलन, कन्ट्याक्ट ट्रेसिङ, राहत वितरण जस्ता कार्यक्रमहरूमा प्रत्यक्ष जनतासँग सहभागी हुनु सक्षम स्थानीय सरकारको अभ्यास हो ।

संविधानबमोजिम निर्वाचनबाट चुनिएका प्रतिनिधिबाट स्थानीय सरकार सञ्चालन हुन्छ । राजनीतिक संघीयता कार्यान्वयनको यो एउटा उदाहरण हो । अर्केतिर प्रशासकीय र वित्तीय संघीयताको कार्यान्वयन संविधानको सिद्धान्त अनुरूप अझै हुन सकेको छैन । स्थानीय सरकारले मुलतः स्रोत साधनको कमी, अनुदानमा निर्भरता, पूर्वाधार विकासको अभाव, कानुनी जटिलता, सक्षम जनशक्तिको अभाव, काममा दोहोरोपन, दलीय आधारमा प्रतिनिधित्व चयन प्रणालीका कारण विमतिकाबीच सहमति बनाउनुपर्ने अवस्था छ । स्थानीय सरकारलाई सवल, सक्षम र प्रभावकारी बनाउन अहिलेसम्मको सिकाइ, भोगाइ र अनुभवको आधारमा सुधार आवश्यक छ । यसबेला सञ्चार माध्ययमको भूमिका चाहिन्छ । उनीहरूले संविधानको उद्देश्य र संकल्प पुरा गर्नका निम्ति लोकतन्त्रप्रतिको जिम्मेवारी र सामाजिक उत्तरदायित्व बोकेका तहगत सरकारहरूलाई सही मार्गमा चल्ने पद्धति बसाल्न पहरेदारी र खबरदारी गर्नुपर्छ ।

संघीय संविधान र आमसञ्चार

लोकतान्त्रिक व्यवस्थामा नागरिक सर्वोच्चता, विधिको शासन, मानव अधिकारको प्रत्याभूति, आवधिक निर्वाचन, बहुलवादमा आधारित प्रतिस्पर्धी बहुदलीयता, स्वतन्त्रता र सक्षम न्यायपालिका, शक्तिको पृथकीकरण, शक्ति सन्तुलन र नियन्त्रण जस्ता आधारभूत विशेषताहरू हुन्छन् । शक्ति पृथकीकरणको सिद्धान्तअनुसार जननिर्वाचित विधायिकाले कानुन बनाउने, कार्यपालिकाले लागु गर्ने र न्यायपालिकाले ब्याख्या गर्ने गरी राज्यका अङगहरूबीच कार्य विभाजन गरिन्छ । राज्यशक्तिको प्रयोग गर्नेहरूले सत्ताको आडमा शक्तिको दुरूपयोग गर्ने भएकाले विधिको शासन कायम गर्न गराउन राज्यको चौथो अंग (इग्च्त्ज भ्क्त्ब० को रूपमा प्रेसको भूमिकालाई लिने गरिन्छ । स्वतन्त्र प्रेस लोकतन्त्रको आधारभूत शर्त हो । लोकतान्त्रिक व्यवस्थामा जनताका आवश्यकता, चाहना तथा समस्याहरू सरकार समक्ष पुऱ्याउने र राज्य तहबाट भएका खराब कामहरूको खोजी गरी सार्वजनिक गर्ने सञ्चारको काम हो ।

लोकतन्त्रमा स्वच्छ जनमत निर्माणका निम्ति सञ्चारमाध्यम आवश्यक हुन्छ । समाजमा सुशासन कायम गराउन, भ्रष्टाचार र अनियमितताको रोकथाम गरी विधिको शासन कायम गराउनमा, नागरिकको सशक्तीकरण गरी सामर्थ्य बनाउनमा, विपद र महामारीको समयमा आवश्यक सूचना प्रवाह गरी नागरिकको जीवन रक्षा गर्नमा सञ्चारको भूमिका हुनुपर्छ । निरीहहरूको स्वर

सरकारमा पुऱ्याउन, अधिकारबाट बञ्चित भएका वर्ग, समुदायको अधिकारको प्रत्याभूत गराउनमा जनतालाई आवश्यक शिक्षा, सूचना र मनोरञ्जन दिन, लोकतान्त्रिक संस्कार र संवैधानिक संस्कृतिको विकास गर्नमा सञ्चार माध्यमको महत्वपूर्ण भूमिका रहन्छ । यसै कारणले पनि स्वतन्त्र सञ्चार माध्यमको अभावमा लोकतन्त्र सफल हुँदैन भन्ने मान्यता रहेको छ ।

लोकतान्त्रिक समाजमा सञ्चार अपरिहार्य हुने भएकोले नेपालको संविधानले पूर्ण प्रेस स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति गरेको छ । संविधानले सञ्चारको हकलाई मौलिक हकको रूपमा सुनिश्चित गरेको छ । त्यसैगरी प्रत्येक नागरिकलाई आफ्नो र सार्वजनिक महत्वको कुनै विषयको सूचना माग्ने र पाउने हक हुने गरी सूचनाको हकलाई संवैधानिक संरक्षण प्रदान गरेको छ । संघीय प्रणालीअन्तर्गत सञ्चार तथा पत्रपत्रिकाका विषयमा संघ, प्रदेश र स्थानीय तहको अधिकार र भूमिकालाई संविधानले विभाजन गरेको छ । जसअनुसार रेडियो फ्रिक्वेन्सी बाँडफाँड, रेडियो टेलिभिजनको विषय संघको एकल अधिकार सूचीभित्र रहेको छ । प्रदेशको एकल अधिकार र सूचीभित्र रेडियो र टेलिभिजन सञ्चालनको विषय परेको छ । सञ्चार माध्यम सम्बन्धी विषय संघ र प्रदेशको साझा सूचीभित्र पनि राखिएको छ ।

स्थानीय तहको एकल अधिकारको सूची भित्र एफ.एम. संचालन र तीनवटै तहको साझा अधिकारको सूचीभित्र पत्रपत्रिकाको विषयलाई राखेको छ । स्थानीय सरकार सञ्चालन ऐन २०७४ ले १०० वाटसम्म क्षमताका एफ.एम. रेडियो सञ्चालन, नवीकरण, नियमन र खारेजीको अधिकार स्थानीय सरकारलाई प्रदान गरेको छ । यस ऐनले संघीय तथा प्रदेश कानूनको अधिनमा रही स्थानीय क्षेत्रभित्र इन्टरनेट सेवा, टेलिसेन्टर, केबुल तथा तारविहिन टेलिभिजन प्रसारणको अनुमति, नवीकरण र नियमनको अधिकार स्थानीय सरकारलाई प्रदान गरेको छ । संविधानले तहगत क्षेत्रमा सञ्चारसँग सम्बन्धित विषयहरूलाई जुन किसिमले विभाजन गरेको छ, त्यो एक आपसमा दोहोरोपन भएको हुँदा कार्यान्वयनमा समस्या हुनसक्ने भएकोले संघीय ऐनद्वारा समयमा नै स्पष्ट गर्नु जरूरी छ ।

नेपालको संविधानको उद्देश्य र संकल्पलाई व्यवहारमा रूपान्तरण गर्न यस पंक्तिकारको अध्यक्षतामा तयार भएको राष्ट्रिय आमसञ्चार नीति २०७३ ले आत्मसात गरेको नीति र संस्थागत संरचनाको व्यवस्थालाई व्यवहारमा लागू गर्न कानूनको तर्जुमा गरी कार्यान्वयन गर्नु आवश्यक छ । सञ्चार माध्यमको स्वतन्त्रता, सामाजिक उत्तरदायित्व, व्यावसायिक क्षमता अभिवृद्धि, स्वनियमन, पेशागत संरक्षण, पत्रकारको सुरक्षा, सूचनादाताको संरक्षण, पत्रकारिताको पेशागत आचारसंहिंताको अनुगमन, आमसञ्चार माध्यमको नियमनकारी निकायको अवस्था, सार्वजनिक सेवा प्रसारण संस्थाको स्थापना लगायतका व्यवस्थाहरू हुनु आवश्यक छ । संसदमा प्रस्तुत सार्वजनिक सेवा प्रसारण विधेयकमा राखिएका आधारभूत कुराहरू सार्वजनिक सेवा प्रसारण संस्थाको विश्वव्यापी मान्य आधारभूत सिद्धान्त अनुरूप नहुँदा त्यसमा संशोधन र सुधार आवश्यक छ । लोकतन्त्र आफैंमा जवाफदेही व्यवस्था भएकाले लोकतन्त्रको संस्थागत विकासका निम्ति सम्बन्धित सबैको संयम, स्वच्छ र मर्यादित व्यवहार हुन जरूरी छ ।

तहगत सरकारमध्ये स्थानीय सरकार जनताको सबैभन्दा नजिक रहने भएकोले स्थानीय सञ्चार माध्यमहरूको महत्व फैलिँदो छ । जनताले दिनानुदिन भोगिरहेका समस्या सम्बन्धि सूचनालाई खोजपूर्ण किसिमले संकलन गरेर राज्य तहमा ल्याउन, जनताका समस्या, आवश्यकता अनुसार नीति, कानून, योजना, कार्यक्रम बनाएर लागू गर्न सरकारलाई घच्घच्याउने काम सञ्चारमाध्यमहरूले गर्नुपर्छ । लोकतन्त्र आफैमा छाडातन्त्र नभएकोले स्वच्छ व्यवहार र जिम्मेवारीको बोध सबैमा हुनुपर्दछ ।

उपसंहार

नेपालको नयाँ संविधान, कार्यान्वयनको मुख्य चरणमा छ । असल अभ्यासद्वारा नैं लोकतन्त्रलाई सफल बनाउन सकिने हुँदा संघ, प्रदेश र स्थानीय सरकारका भूमिका सोही अनुरूपको हुनुपर्दछ । सञ्चार माध्यमले आफू आचरणभित्र रहेर अरूको आचरण र व्यवहारको खोजी गर्न सके भने विश्वसनीयता बढ्ने हो । अहिलेको सन्दर्भमा स्थानीय सरकारले आफ्नो प्रभावकारितालाई बढाउन निम्न विषयलाई आमसञ्चारमा ल्याउन जरूरी छ ।

क) कोभिड-१९ को महामारीलाई नियन्त्रण गरी जनजीवन सामान्य बनाउन अपनाउनुपर्ने रणनीतिक उपायहरू, विरामी र प्रभावित व्यक्तिहरूको उद्धार र उपचार, अत्यावश्यक सेवाहरू र वस्तुहरूको बन्दोबस्त, कार्यालय सञ्चालन र व्यवस्थापन, जनशक्तिको प्रबन्ध र परिचालनका विषयहरू ।

ख) प्रदेश र स्थानीय सरकारले संविधानबाट प्राप्त विधायिकी अधिकार प्रयोग गरी कानुन बनाउँदा संविधानको धारा ५६ र ५७ ले निर्दिष्ट गरेको सिद्धान्त र कानुनद्वारा निर्धारित व्यवस्थापन विधि अपनाएको छ कि छैन भन्ने विषय । प्राथमिकताका आधारमा संघ, प्रदेश र स्थानीय तह (समन्वय तथा अन्तर सम्बन्ध) ऐन, २०७७ ले कतोकेको शर्त, मापदण्ड र सिद्धान्तको आधारमा प्रदेश र स्थानीय सरकारले आवश्यक कानुनहरू बनाए, नबनाएको वा त्यसको मर्मबमोजिम काम गरे नगरेको ।

ग) स्थानीय सरकारलाई विकासको इकाईको रूपमा कार्य गर्न गराउन अमेरिका, क्यानाडा, अष्ट्रेलियालगायतका मुलुकहरूमा स्थानीय तहमा गैरदलीय आधारमा निर्वाचन गर्ने अवस्था गरेका छन् । हाम्रो मुलुकमा गैरदलीय रूपमा स्थानीय

तहको निर्वाचन गर्न तत्काल सम्भव छैन । यस अवस्थामा जनप्रतिनिधिहरू निर्वाचित भएपछि विकास इकाईको रूपमा काम गर्ने प्रचलन र पद्धतिको विकास भए/नभएको विषय ।

घ) स्थानीय सरकारले स्मार्ट गाउँ, स्मार्ट नगर र स्मार्ट सेवाको रूपमा स्थानीय तहलाई रूपान्तरण गर्ने अवधारणा अघि सारेका छन् । नयाँ व्यवस्थाको आधारमा कर्मचारी प्रशासनको सञ्चालन, अनुगमन र निगरानी गर्न स्थानीयपन अम्बुडसम्यान को व्यवस्था, सूचनाको हक र उपभोक्ता अधिकारको कार्यान्वयन र अनुगमन प्रणालीको लागि सामाग्री निर्माण गर्ने

ङ) सूचना पाउने नागरिकको हकलाई कार्यान्वयन गर्न गराउन सूचना प्रवाहको सिद्धान्त अबलम्बन हुनुपर्छ । सार्वजनिक निकायहरूले सञ्चार माध्यमहरूमार्फत नियमित रूपमा अद्यावधिक सूचनाहरू प्रवाह गर्नुपर्छ ।

च) संविधानले आमसञ्चारका विषयमा संघ, प्रदेश र स्थानीय तहकाबीच विभाजन गरेको अधिकारमा कतिपय विषयमा दोहोरोपन देखिएकोले संघले एकीकृत आम सञ्चार सम्बन्धी ऐन तर्जुमा गरी तहगत अधिकारलाई स्पष्ट गर्नुपर्छ ।

ज) व्यवसायिक आचरणका सिद्धान्तहरूको पालना गरी विश्वसनीय पत्रकारिताको विकासका निम्ति स्वनियम, स्व–मूल्याङ्कन, व्यवसायिक क्षमता अभिवृद्धि, नियमनकारी निकायको प्रभावकारी भूमिका, संचारकर्मीहरूको सुरक्षा, न्यूनतम पारिश्रमिकको सुनिश्चितता, व्यवसायिक प्रोत्साहन, पेशागत संरक्षण जस्ता व्यवस्थाहरू गरी स्वच्छ र मर्यादित पत्रकारिताको विकास गर्नुपर्छ ।

(लेखक संविधान/कानुन/प्रशासन र सञ्चार कानुनका विज्ञ हुनुहुन्छ ।)

मेट्रो एफ एम ९४.६

हरेक सोमबार

समय	कार्यक्रम
०५:२५- ०५:३०	प्रसारण आरम्भ
०५:३०- ०५:४५	प्रवचन-पूर्वीय दर्शन र आध्यात्म
०५:४५- ०६:००	प्रवचन-बौद्ध दर्शन
०६:००-०६:३०	मेट्रो हालखवर (समाचार) -राष्ट्रिय मुख्य समाचार
०६:३०-०७:००	मन्थन (बिषय बिश्लेषण)- आर्थिक/सामाजिक/राजनीतिक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	डबली-समाचार र घटना बिश्लेषण
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल बुखँ-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:१५	नेपाल मण्डल दबू-अन्तरर्वार्ता
०८:१५-०८:४५	नेवाः जनसरोकार - विचारमुलक कार्यक्रम
०८:४५-०९:००	स्वदेश / राष्ट्रिय गान जागरण
०९:००-०९:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १
०९:३०-१०:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा २
१०:००-११:००	सहलह दबू- अन्तर्वार्ता
११:००-११:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ३
११:३०-१२:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ४
१२:००-१२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ५

समय	कार्यक्रम
१२:३०-०१:००	अंग्रेजी गीतको कार्यक्रम- मनोरञ्जनात्मक
०१:००-०२:००	स्वर संगीत-हिन्दी गीतमा आधारित
०२:००-०२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ६
०२:३०-०३:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ७
०३:००-०३:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ८
०३:३०-०३:४५	नेपाली पुराना गीतहरू-मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०३:४५-०४:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०४:००-०४:४०	रेडियो शिक्षा -कक्षा ९
०४:४०-०५:००	लोक गीतहरु -मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०५:००-०५:४०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १०
०५:४५-०६:००	मेट्रो हालखवर-समाचार
०६:००-०६:३०	तामाङ् भाषाको कार्यक्रम-नाङ्साल
०६:३०-०७:००	महानगर गतिविधि-समाचार/जानकारीमुलक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	संवाद -समसामयिक अन्तर्वार्ता
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:४५	नेवा दबू-जानकारी/सूचनामुलक
०८:४५-०९:००	शास्त्रीय बादन र गायनमा आधारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०९:००-१०:००	भावना-सूचना र मनोरञ्जनात्मक

स्थानीय र प्रदेशमा आफ्नै मौलिक भाषा, संस्कृति, रहनसहन र विशेषता हुन्छन् । उनीहरूको चासो र चिन्ता पनि भिन्न हुन्छ । जनकपुरको समस्या जुम्लामा नहुने र जुम्लाको समस्या जनकपुरले भोग्नु नपर्ने विशिष्ट भूगोल, संस्कृति, हावापानी र रीतिरिवाजयुक्त मुलुक हो नेपाल ।

डा. खिमलाल देवकोटा

शहरीकरणको कसीमा काठमाडौं महानगरपालिका

विश्व र एशियामा शहरीकरण

हरेक गाउँको सपना शहर बन्ने र हरेक शहरको सपना अझ ठूलो शहर बन्ने हुन्छ । यो विकासको एक चक्र हो । नेपालको मात्र होइन, विश्वव्यापी प्रवृत्ति नै यही हो । एकाईसौं शताब्दीको पहिलो दशकदेखि नै विश्वका आधाभन्दा बढी जनता शहरमा बसोबास गर्न थालेका छन् । शहरीकरणको हिसाबले उक्त दशक मानव सभ्यताको एक कोशेढुङ्गा बन्न पुगेको छ । सन् १९५० ताका विश्वको हरेक तीनमा एक जना र एशियाको हरेक पाँचमा करीब एक जना मानिस शहरमा बसोबास गर्थे भने एक्काइसौं शताब्दीको पहिलो दशकदेखि विश्वका आधाभन्दा बढी र एशियाको करीब आधा मानिसहरू शहरमा बस्न थालेका छन् । संयुक्त राष्ट्रसंघको जनसंख्या विभागको एक अनुमान अनुसार सन् २०२० सम्ममा विश्वको ५६.२ प्रतिशत र एशियाको ५१.१ प्रतिशत मानिस शहरमा बसोबास गर्नेछन् । सन् १९५० मा उक्त हिस्सा क्रमशः २९.६ र १७.५ प्रतिशत मात्र थियो । यस तथ्याङ्क अनुसार विश्वको शहरीकरणको दरभन्दा एशियामा शहरीकरणको दर बढी रहेको तथ्यले देखाउँछ । **तालिका हेरौं**

तालिका १: विश्व र एशियामा शहरीकरणको अवस्था

वर्षहरू	१९५०	१९६०	१९७०	१९८०	१९९०	२०००	२०१०	२०२०
विश्व	२९।६	३३।८	३६।६	३९।३	४३।०	४६।७	५१।७	५६।२
एशिया	१७।५	२१।२	२३।७	२७।१	३२।३	३७।५	४४।८	५१।१

स्रोत: संयुक्त राष्ट्रसंघको जनसंख्या विभाग, २०१८

नेपालको शहरीकरण

नेपालमा शहरीकरणको विकाससँगै नगरपालिकाको संख्यामा पनि बृद्धि भएको छ । वि.सं. २००९ सम्ममा नेपालमा केवल दश वटा नगरपालिकाहरू थिए । उक्त संख्या वि.सं. २०१८ मा १६, वि.स. २०३८ मा २३, २०४८ मा ३३, २०५८ मा ५८, २०७२ मा २१७ र स्थानीय निकाय पुनर्संरचना आयोगको प्रतिवेदन पश्चात २०७३ मा २९३ पुगेको छ । सन् १९५२ देखि सन् २०१८ सम्मको नगरपालिकाहरूको विवरण यस्तो छ ।

तालिका २:

नेपालमा शहरीकरण								
विवरण	**वर्ष**							
	१९५२	१९६१	१९७१	१९८१	१९९१	२००१	२०११	२०१८
शहरी जनसंख्या (हजारमा)	२३८	३३६	४६२	९५७	१६९६	३२२८	४५२४	१६५१७
सहर (नगरपालिका) को संख्या	१०	१६	१६	२३	३३	५८	५८	२९३
शहरी जनसंख्या %	२.९	३.६	४.०	६.४	९.२	१३.९	१७	६२.९५
शहरी संख्या बृद्धि दर %	-	४.४०	३.२३	७.५५	५.८९	६.६५	३.३७	२६५.१७

श्रोत : बागमती प्रदेशको वस्तुस्थिति विवरण, २०७५

नगरपालिकाहरूको नयाँ संख्या कायम भएपछि नेपालमा शहरी जनसंख्या इतिहासमै पहिलोपल्ट ग्रामीण जनसंख्याभन्दा बढी हुन पुगेको छ । हाल कुल जनसंख्याको झण्डै त्रिसट्ठी प्रतिशत जनता नगरपालिकाहरूमा वसोबास गर्छन् । नेपालका १५ ठूला नगरपालिकाहरूमा ६ महानगरपालिका र ९ वटा उपमहानगरपालिकाहरू पर्दछन् । बागमती प्रदेशका १५ ठूला नगरपालिकाहरूमा ३ वटा महानगरपालिका, १ वटा उपमहानगरपालिका र ११ वटा नगरपालिका पर्दछन् । यस प्रदेशका ३ महानगर र १ उपमहानगर गरी ४ वटा नगरपालिकाहरू नेपालका १५ ठूला नगरपालिकाभित्र पर्दछन् ।

जिल्लागत रूपमा बागमती प्रदेशको काठमाडौ र भक्तपुर जिल्लामा १०० प्रतिशत, ललितपुरमा ९२.९६ प्रतिशत, चितवनमा ९५.६० प्रतिशत र काभ्रेपलाञ्चोकमा ६२.५१ प्रतिशत जनता शहरी क्षेत्रमा बसोबास गर्दछन् । त्यसैगरी, मकवानपुर, सिन्धुली र सिन्धुपाल्चोकका ४० प्रतिशतभन्दा बढी जनसंख्या शहरी क्षेत्रमा बसोबास गर्छन् । तर, रसुवामा भने शहरी बसोबास छैन । बागमती प्रदेशको नगरपालिकाहरूको जिल्लागत विवरण यस्तो छ :

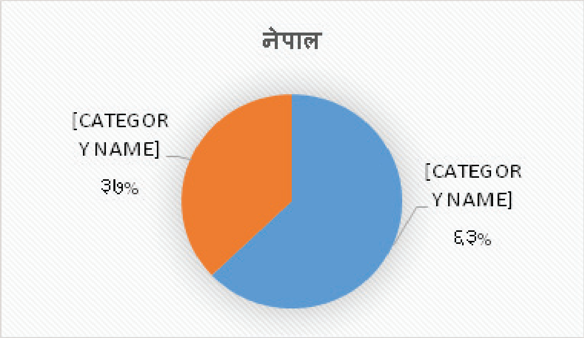
तालिका ४:

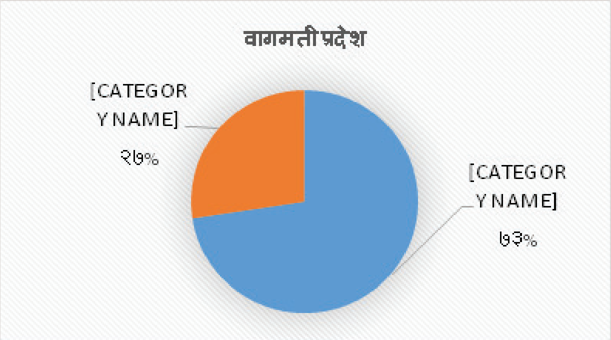
जिल्लागत रूपमा नगरपालिकाको संख्या र जनसंख्या					
सि.नं	**जिल्लाहरू**	**कुल स्थानीय तह**	**नगरपालिका**	**नगरपालिकाको जनसंख्या**	**जिल्लाको कुल जनसंख्यामा नगरपालिका जनसंख्याको प्रतिशत**
१	सिन्धुली	९	२	१३०३६६	४४.०८
२	रामेछाप	८	२	७४०२८	३६.७५
३	दोलखा	९	२	४७९९५	२५.८७
४	सिन्धुपाल्चोक	१२	३	११८५४४	४१.१९
५	काभ्रेपलाञ्चोक	१३	६	२३४५६०	६२.५१
६	ललितपुर	६	३	४२५३९५	९२.९६
७	भक्तपुर	४	४	२९८६८४	१००.००
८	काठमाडौं	११	११	१६९९२८८	१००.००
९	रसुवा	५	०	०	०
१०	नुवाकोट	१२	२	९४२३९	३४.१७
११	धादिङ्	१३	२	८९५४४	२६.६२
१२	मकवानपुर	१०	२	१९४४९८	४६.३८
१३	चितवन	७	६	५४२९७६	९५.६०
जम्मा		**११९**	**४५**	**३९५०११७**	**७२.५७**
प्रदेशको कुल जनसंख्या			**५४४२९८४**		
प्रदेशको शहरी जनसंख्या (प्रतिशतमा)			**७२।५७**		

श्रोत : बागमती प्रदेशको वस्तुस्थिति विवरण, २०७५

हाल नेपालको कुल जनसंख्याको ६२.९५ प्रतिशत मानिस शहरी क्षेत्रमा र ३७.०५ प्रतिशत मानिस ग्रामीण क्षेत्रमा बसोबास गर्छन् । शहरीकरणको दृष्टिले बागमती प्रदेश नेपालको सबैभन्दा ठूलो प्रदेश हो । संघीय राजधानीसमेत भएको यस प्रदेशको ७२.५७ प्रतिशत जनसंख्या शहरी क्षेत्रमा र २७.४३ प्रतिशत ग्रामीण क्षेत्रमा बसोबास गर्छन् ।

चित्र १: नेपाल र बागमती प्रदेशको शहरी जनसंख्याको अवस्था





शहरीकरणले सुविधा, सम्पन्नता र अवसरसँगै अनगन्ती चुनौतीहरू पनि साथै ल्याएको हुन्छ । धुवाँ, धुलो, फोहरमैला, नदी प्रदुषण, दुर्गन्ध, भीडभाड, दुर्घटना, ट्राफिक जाम, शहरी गरिबी, सार्वजनिक जमिनको अतिक्रमण, हत्या, हिंसा, अपहरण, चोरी, तस्करी र ठगीका घटनाहरू हामीले दिनदिनै देख्ने, सुन्ने र भोग्ने गरेका छौं । बाहिर सहजै नसुनिने र नदेखिने अरु पनि चुनौती हुन्छन् । केहीले यी चुनौतीहरूलाई समस्याको रूपमा लिन्छन् र समाज पतनको दिशामा गइरहेको निष्कर्ष निकाल्छन् । तर, जनप्रतिनिधि, नीति निर्माता, प्रशासक, योजनाकार, अन्वेषक र शहरी व्यवस्थापकहरूका लागि यी चुनौतीहरू आफ्नो क्षमता देखाउने अवसर हुन् । यस लेखमा काठमाडौं महानगरमा शहरीकरणले ल्याएका केही चुनौतीहरूका विषयमा सामान्य विवेचना छ ।

उच्च जनघनत्व :

लण्डन, बर्लिन, पेरिस र लस एन्जेलस जस्ता शहरहरूको तुलनामा काठमाडौंको जनघनत्व अत्यधिक छ । लण्डन र लस एन्जेलसको एक वर्ग कि.मी.मा जति मानिस बसोबास गर्छन् त्यसको क्रमशः चार र सात गुना बढी मानिस काठमाडौंमा बसोबास गर्छन् । शहरवासीको व्यवस्थापनका लागि लण्डनसँग एक हजार छ सय वर्ग कि.मी. र लस एन्जेलससँग चार हजार तीन सय वर्ग कि.मी. क्षेत्रफल छ तर काठमाडौं महानगरसँग पचास वर्ग कि.मी. जमिन पनि छैन (थप जानकारी तालिका १ मा छ) । काठमाडौपछि धेरै जनघनत्व भएको महानगर ललितपुर हो । यस महानगरमा प्रति वर्ग कि.मी. झण्डै नौ हजार मानिस बसोबास गर्छन् । पोखरा र विराटनगरसँग अन्य महानगरको तुलनामा अलि बढी जमिन छ । उनीहरूको जनघनत्व पनि तुलनात्मक रूपले कम छ (थप जानकारी तालिका ५ मा छ) ।

तालिका ५:

काठमाण्डौ र विश्वका महानगरहरूको जनघनत्व		
महानगरहरू	**क्षेत्रफल (व.कि.मी.)**	**जनघनत्व**
काठमाण्डौं (नेपाल) *	४९	१९,७१४
लण्डन (वेलायत)**	१६२३	५,१००
वर्लिन (जर्मनी)**	९८४	३,७५०
पेरिस (फ्रान्स)**	२७२३	३,५५०
लस एन्जेलस (अमेरिका) *	४३२०	२,७५०

श्रोत : *संघीय मामिला तथा सामान्य प्रशासन मन्त्रालय,

** http;|/www.citymayors.com/statistics/largest-cities-density-125.html

अत्यधिक जनघनत्वका कारणले काठमाडौ महानगरलाई जनसंख्या व्यवस्थापन गर्न ठूलो चुनौती बनेको छ । वस्ती विकास गर्ने, पूर्वाधार विकास गर्ने, थप सेवा सुविधाहरू दिने र आवागमन सहज बनाउने लगायतका काम गर्न महानगरसँग जमिन नै छैन । जमिन अभाव भएकै कारणले काठमाडौंले अपेक्षाअनुसारको विकास गर्न नसकेको तथ्यलाई पनि हामीले भुल्नु हुँदैन । नेपालका महानगरपालिकाहरूको जनघनत्व यस्तो छ ।

तालिका ६ :

नेपालका महानगरहरूको जनघनत्व		
महानगरपालिकाहरू	**क्षेत्रफल**	**जनघनत्व**
काठमाडौं महानगरपालिका	४९।४५	१९,७२६
ललितपुर महानगरपालिका	३६।१२	७,८८८
विराटनगर महानगरपालिका	७७।००	२,७८८
वीरगञ्ज महानगरपालिका	१३२।०७	१,८२४
पोखरा लेखनाथ महानगरपालिका	४६४.२४	८९२
भरतपुर महानगरपालिका	४३२.९५	६४८

स्रोत : संघीय मामिला तथा सामान्य प्रशासन मन्त्रालय

काठमाडौं महानगरपछि सबैभन्दा बढी जनघनत्व ललितपुर, विराटनगर र बीरगञ्ज महानगरपालिकाहरूमा रहेका छन् । ललितपुरको जनघनत्व काठमाडौंको भन्दा प्रति वर्ग कि.मी. ११ हजार ८ सय ३८ ले कम छ । त्यस्तै विराटनगर र बीरगञ्जको जनघनत्व प्रति वर्ग कि.मी. क्रमशः १६ हजार ९ सय ३८ र १७ हजार ९ सय २ ले कम छ । यो तथ्यबाट नेपालका अन्य महानगरहरूको तुलनामा काठमाडौं महानगरको समस्या कति जटिल छ भनेर अनुमान लगाउन सकिन्छ ।

काठमाडौं महानगरपालिकाको जनसंख्यालाई वडागत रूपमा हेर्दा सबैभन्दा बढी जनघनत्व वडा नम्बर २१ मा रहेको देखिन्छ । यस्तै सबैभन्दा कम वडा नम्बर १ मा देखिन्छ । कुल १३ वटा वडाको जनघनत्व औसत भन्दा कम छ । कुल ६ वटा वडाको जनघनत्व ६० हजार भन्दा बढी छ ।

तालिका ७ :

काठमाडौं महानगरको वडागत जनघनत्व लगायतको विवरण					
वडा	**जनसंख्या**	**प्रतिशत**	**क्षेत्रफल (बर्ग कि. मी)**	**प्रतिशत**	**जनघनत्व (प्रति बर्ग कि.मी)**
१	८००८	०।८२	१।३८	२।७९	५८०३
२	१३४४८	१।३८	०।८४	१।७०	१६०१०्
३	३४८६६	३।५७	३।२	६।४७	१०८९६
४	४७३६२	४।८६	२।८६	५।७८	१६५६०्
५	१८३२०	१।८८	०।७१	१।४३	२५८०३
६	६०३४४	६।१९	३।४	६।८७	१७७४८
७	५१५८१	५।२९	१।५५	३।१३	३३२७८
८	१०७३८	१।१०	१।८१	३।६६	५९३३
९	४०३७१	४।१४	३।७६	७।६०	१०७३७
१०	३९८२०	४।०८	१।५७	३।१७	२५३६३
११	१७७६५	१।८२	१।७४	३।५२	१०२१०्
१२	१३२६२	१।३६	०।४९	०।९९	२७०६५
१३	४०४५६	४।१५	२।१४	४।३२	१८९०५
१४	५८४९५	६।००	३।२	६।४७	१८२८०्
१५	५४४७६	५।५८	२।९२	५।९०	१८६५६
१६	८४४४१	८।६६	४।११	८।३१	२०५४५
१७	२५९२६	२।६६	०।३६	०।७३	७२०१७
१८	१०७४६	१।१०	०।२	०।४०	५३७३०्
१९	१०७११	१।१०	०।१३	०।२६	८२३९२

२०	१०९६८	१।१२	०।१६	०।३२	६८५५०0
२१	१३७२७	१।४१	०।१३	०।२६	१०५५९२
२२	९१८७	०।९४	०।३७	०।७५	२४८३०0
२३	८३५७	०।८६	०।१२	०।२४	६९६४२
२४	७६१९	०।७८	०।२	०।४०	३८०९५
२५	१३२०३	१।३५	०।१३	०।२६	१०१५६२
२६	४५०५२	४।६२	१।९४	३।९२	२३२२३
२७	८५६३	०।८८	०।२३	०।४६	३७२३०0
२८	१६२११	१।६६	०।९४	१।९०	१७२४६
२९	३३३१६	३।४२	१।३	२।६३	२५६२८
३०	२५६९४	२।६३	०।९२	१।८६	२७९२८
३१	६६१२१	६।७८	२।३३	४।७१	२८३७८
३२	७६२९९	७।८२	४।३४	८।७७	१७५८०0
जम्मा	९७५४५३	१००।००	४९।४८	१००।००	१९७१४

श्रोत : काठमाडौ महानगरपालिकाबाट प्राप्त विवरणका आधारमा विश्लेषण ।

अव्यवस्थित र अतिक्रमित वसोबास

जमिन र घरमा व्यक्तिको स्वामित्व भए पनि अनुमति नलिई बनेका, सरकारले तोकेको मापदण्ड नपुगेका, साँघुरा कोठा र अप्ठेरो गल्ली भएका घरहरू भएको वस्तीलाई अव्यवस्थित वस्ती (क्फि क्भततिभ्मिलतक) का रूपमा लिने गरिन्छ । यस्ता वस्तीहरू विकसित राष्ट्रका ठूला शहरहरूमा थोरै मात्र हुन्छन् । तर, अन्य राष्ट्रहरूमा यसको मात्रा बढी हुन्छ । नेपालमा धेरै शहरी वस्तीहरू यस्तै प्रकारका छन् । काठमाडौं महानगरभित्र पनि यस्ता अनगन्ती वस्तीहरू छन् । यस्ता वस्तीहरूमा व्यवस्थित रूपमा बिजुली, पिउने पानी, ढल निकास र यातायात सुविधा पुर्‍याउन कठिन हुन्छ । पुर्‍याइएका सुविधा पनि सुरक्षित र भरपर्दा हुँदैनन् । एम्बुलेन्स, बारूण यन्त्र र आपतकालीन उद्धारका सेवाहरू पुर्‍याउन ज्यादै कठिन हुन्छ । कुनै जमानामा काठमाडौं महानगरभित्रका सम्पन्न वस्तीको रूपमा पहिचान बनाएका धेरै पुराना वस्तीहरू अहिले अव्यवस्थित वस्तीको रूपमा रूपान्तरण भैसकेका छन् । त्यसैले, अव्यवस्थित वस्तीहरूलाई व्यवस्थित र सुरक्षित बसोबास स्थलका रूपमा रूपान्तरण गर्नु पर्ने चुनौती महानगरपालिकासँग छ ।

सार्वजनिक वा व्यक्तिगत जग्गा अतिक्रमण गरी बसेका वस्तीलाई अतिक्रमित बस्तीको रूपमा लिने गरिन्छ । विकसित राष्ट्रका ठुला शहरमा सामान्यतयाः यस्ता वस्तीहरू हुँदैनन् तर अल्प विकसित र विकासोन्मुख राष्ट्रका शहरमा हुन्छन् । यसलाई एउटा विशेषताकै रूपमा पनि लिने गरिन्छ : । मुम्बईको धारावी यस्तै एक वस्ती हो जुन विश्वको सबभन्दा ठूलो अतिक्रमित वस्ती मानिन्छ । काठमाडौंसहित नेपालका प्रायः सबै शहरमा यस्ता वस्ती छन् । लुमन्ति नामक एक गैरसरकारी संस्थाले सन् २००८ मा गरेको अध्ययन प्रतिवेदनअनुसार काठमाडौं उपत्यकाभित्र ४५ वटा अतिक्रमित वस्तीहरू (क्त्रगबततभच क्भततिभ्मिलतक) रहेका छन् । यीमध्ये २४ वटा वस्ती बागमती, बिष्णुमती, धोबिखोला, टुकुचा र हनुमन्ते खोला किनारामा छन् । बाँकी वस्तीहरू मन्दिरको आसपास, भिरालो परेको ठाउँ, सडकको किनारा, सार्वजनिक जग्गा र चौर आदिमा छन् । उपत्यकाभित्रका यस्ता वस्तीमध्ये सबैभन्दा धेरै काठमाडौं महानगरपालिकाभित्र छन् । यस्ता वस्तीहरू अव्यवस्थित हुने भएकोले मानव वसोबासको लागि उपयुक्त मानिँदैनन् । तर पनि, रोजगारीको लागि शहर पसेका तर भाडा तिरेर बस्ने क्षमता नभएका परिवार, नियमित रोजगार नभएका गरीब परिवार, अनौपचारिक क्षेत्रमा थोरै ज्यालामा काम गर्ने कामदारहरू, घरघरमा गएर भाँडा माइने, लुगा धुने र सरसफाई गर्ने मजदुरका परिवार, सडक व्यवसाय, कवाडी टिप्ने र मागेर जीविका चलाउने परिवारहरू प्रायः यस्ता वस्तीमा हुन्छन् । कतिपय ठाउँमा हुनेखाने परिवारले पनि सार्वजनिक जग्गा अतिक्रमण गरी झुपडी बनाई भाडामा लगाउने र कुनै ठाउँमा आफू पनि बस्ने गरेका हुन सक्छन् । आजमात्र होइन विगत लामो समयदेखि नै सरकार र नगरपालिकाहरूको लागि यस्ता वस्तीहरू ठूलो चुनौतीको रूपमा रहेका छन् ।

उच्चस्तरको प्रदुषण :

प्रदुषणका कोणबाट काठमाडौं विश्वको तेश्रोमा पर्छ । सबैभन्दा बढी प्रदुषित शहर उत्तर म्यासेडोनियाको टेटोभो हो । त्यहाँ प्रदुषण सूचकाङ्क ९७.२२ छ भने काठमाडौंको ९५.८८ छ । काठमाडौंको प्रदुषण सूचकाङ्कमा सुधार ल्याउन अझ धेरै काम गर्न बाँकी

छ । काठमाडौं भएर बग्ने बागमती र बिष्णुमती नदी सम्भवतः नेपालका सबैभन्दा प्रदुषित नदीहरू हुन् । शहरमा धाराको पानी मात्र होइन जारको पानी पनि सिधै पिउन नसकिने अवस्था छ । धुवाँ र धुलोको कारण घरबाहिर मात्र होइन घरभित्र पनि सास फेर्न कठिन छ । सवारी चाप अत्यधिक छ । हामीले दैनिक उपभोग गर्ने तरकारी, फलफुल र अन्य खाद्यान्न प्रदुषणको चपेटामा परेको छ । त्यसैले प्रदुषण नियन्त्रण काठमाडौंको ठूलो चुनौती हो ।

भाडामा बस्ने परिवारको बाहुल्यता :

२०६८ को जनगणनाअनुसार बागमती प्रदेशका काठमाडौं, ललितपुर, कीर्तिपुर, गोकर्णेश्वर, टोखा र बुढानिलकण्ठ गरी ६ वटा नगरपालिकाहरूमा आफ्नै घरमाभन्दा भाडामा बस्ने परिवारको बाहुल्यता छ । काठमाडौं महानगरपालिकामा बसोबास गर्ने कुल २ लाख ५४ हजार २ सय ९२ परिवारमध्ये ६५.५२ प्रतिशत परिवार भाडाको घरमा वसोबास गर्छन् । गोकर्णेश्वर, टोखा, कीर्तिपुर, ललितपुर र बुढानिलकण्ठमा क्रमशः ६३ प्रतिशत, ६१.८१ प्रतिशत, ५६.६३ प्रतिशत, ५१.५३ प्रतिशत र ५०.२८ प्रतिशत परिवार भाडाको घरमा बसोबास गर्छन् । यी ६ वटा नगरपालिकाहरूमा बसोबास गर्ने कुल ४ लाख २३ हजार १ सय ४१ परिवारमध्ये काठमाडौं महानगरपालिकामा मात्र करीब ६० प्रतिशत परिवार बसोबास गर्छन् । भाडामा बस्ने परिवार विभिन्न कारणले बसाई सरिरहन बाध्य हुन्छन् । त्यसैले उनीहरूलाई दिनुपर्ने सेवा सुविधा पुर्‍याउन कठिन हुन्छ । यही कारणले गर्दा स्थानीय समुदायको विकासमा उनीहरूको सहभागिता र स्वामित्व भाव पनि कम हुन्छ । परिणामतः भाडामा बस्ने परिवारको संख्यामा बृद्धि भएसँगै समुदायको विकासमा स्थानीय समुदायको स्रोत परिचालनमा पनि कमी आउन थाल्छ । हुन त यी छवटै नगरपालिकाहरूका लागि यो चुनौती हो । तर प्रतिशत र संख्या दुवै हिसाबले काठमाडौं महानगरपालिकाका लागि अन्य पाँचको दाँजोमा बढी चुनौतीपूर्ण देखिन्छ ।

तालिका ९:

बसोबासको प्रकृति						
नगरपालिकाहरू	निजीघर	भाडाको घर	संस्थागत घर	अन्य घर	जम्मा प्रतिशत	परिवार संख्या
काठमाणैं महानगरपालिका	३२।३८	६५।५२	१।२	०।९	१००	२५४२९२
गोकर्णेश्वर नगरपालिका	३४।१४	६३।०७	१।७९	१	१००	२७१०६
टोखा नगरपालिका	३६।७४	६१।८२	०।७८	०।६६	१००	२५५६१
कीर्तिपुर नगरपालिका	४२	५६।६३	०।.९५	०।.४२	१००	१९४४१
ललितपुर महानगरपालिका	४६।१८	५१।५३	१।२	१।१	१००	७०२५६
बुढानिलकण्ठ नगरपालिका	४७।५६	५०।२८	१।०९	१।०८	१००	२६४८५

स्रोतः राष्ट्रिय जनगणना, २०६८

आगामी बाटो

यो लेख मूलतः चारवटा मुद्दामा केन्द्रित छ । पहिलो मुद्दा भनेको अबको विकासको अवधारणा ग्रामीणमुखी होइन शहरमुखी हुनु पर्दछ भन्ने हो । आधाभन्दा बढी शहरी जनसंख्या भएको सन्दर्भमा विश्व र एशियाको मात्र होइन नेपालको विकासको सम्बन्धमा पनि यही अवधारणा अनुसार काम गर्नु पर्ने देखिएको छ । नेपालको झण्डै ६३ प्रतिशत र बागमती प्रदेशको झण्डै ७३ प्रतिशत जनसंख्या शहरी क्षेत्रमा बसोबास गरिसकेको हुनाले अबको विकास गाउँमुखी हुनुपर्छ भनेर भन्नु सान्दर्भिक हुँदैन । तर, यसको अर्थ गाउँमा केही नगर्ने भनेको होइन बरू गाउँलाई स्थानीय विशेषता अनुरूपको शहर बनाउने र शहरलाई अझ राम्रो शहर बनाउनतिर योजना हुनुपर्छ । शहरको आवश्यकतासँग गाउँको उत्पादन क्षमतालाई जोड्ने र पर्यटकीय पूर्वाधारहरू खडा गरेर शहरका मानिसलाई गाउँमा खर्च गर्न उत्प्रेरित गर्ने भन्ने हो । यी त उदाहरण मात्र हुन् । अझ यस्ता धेरै काम गर्न सकिन्छ । जनसंख्याको हिसाबले काठमाडौ महानगरपालिका देशकै सबभन्दा ठूलो महानगर र उपभोगको केन्द्र पनि हो । महानगरपालिका, प्रदेश सरकार र नेपाल सरकारले काठमाडौ महानगरको विकास कसरी गर्ने र त्यसले ग्रामीण अर्थतन्त्रको विकासमा कसरी योगदान पुर्‍याउने भन्ने उदाहरण स्थापित गर्न पनि शहरमुखी र सहकार्यमुखी सोच अनुसार कार्य गर्न आवश्यक छ ।

दोश्रो मुद्दा भनेको समृद्धिको लागि उच्च आर्थिक बृद्धि हासिल गर्न शहरको क्षमतालाई भरपुर उपयोग गर्ने हुनुपर्छ भन्ने हो । यसका लागि सबभन्दा पहिले शहरीकरण मानव सभ्यता विकासको एक सूचक हो भन्ने तथ्य स्वीकार गर्नु पर्दछ । शहरसँग धेरै क्षमता हुन्छ । उदाहरणार्थ, शहरले देशको आर्थिक विकासको इन्जिनको रूपमा काम गर्दछ । रोजगारी, उत्पादन, वितरण र उपभोगमा यसको महत्वपूर्ण भूमिका हुन्छ । उच्चस्तरको शिक्षा, स्वास्थ्य, बीमा, बैकिङ्ग, होटल, मनोरञ्चन, यातायात र प्रशासनिक सेवाहरू शहरमा केन्द्रित हुन्छन् । पूँजी, प्रविधि, ज्ञान, सीप, आविष्कार र आधुनिकताको लाभ लिन हामीले कुनै न कुनै रूपमा शहरमा भर पर्नुपर्ने हुन्छ । शहरीकरणले धार्मिक, सामाजिक, सांस्कृतिक र जातीय अन्तरघुलनलाई बढाउँछ । शहरका यी योगदानहरूलाई

हामी नकार्न सक्दैनौ । नेपालको सन्दर्भमा माथि उल्लेखित सबै क्षमता काठमाडौं महानगरसँग छ । समृद्धिका लागि यी क्षमताहरूको उपयोग कसरी गर्ने भन्नेतर्फ हाम्रो ध्यान जान आवश्यक छ ।

तेश्रो मुद्दा भनेको एउट नगर एक्लैले सबै चुनौतीहरूको सामना गर्न सक्दैन भन्ने हो । चाहे त्यो काठमाडौं महानगर नै किन नहोस् । यसका लागि कम्तीमा सिमाना जोडिएका नगरपालिका र गाउँपालिकाहरूसँगको सहकार्य आवश्यक पर्दछ । किनभने आपसका चुनौती जोडिएका हुन्छन् । जस्तै ललितपुरमा धुँवा उड्यो भने त्यो काठमाडौ र कीर्तिपुरमा पनि पुग्छ । त्यसले 'म अर्कै नगरपालिकातिर जान्न' भन्दैन । एउटा नगरपालिकाभित्र त्यहींका स्थायी बासिन्दामा मात्र हुँदैनन् । बरू स्वदेश र विदेशका मानिसहरू हुन्छन् । उनीहरू रोजगारी, व्यवसाय, धार्मिक, सामाजिक, प्रशासनिक, राजनीतिक, अनुसन्धान, कार्यक्रमा भाग लिन र घुमफिरका लागि आएका हुन सक्छन् । उनीहरूमध्ये धेरैलाई कुन नगरपालिकाको सिमाना कहाँसम्म पर्छ र कुन निकायले के काम गर्छ भन्ने जानकारी नहुन पनि सक्छ । उनीहरू आफ्ना गुनासाहरू जो भेट्छ उसैलाई वा एकमुष्ठ सबैलाई सुनाउने गर्दछन् । आफ्ना गुनासाहरू सही ठाउँमा पऱ्यो कि परेन भनेर उनीहरू प्राय हिसाब गर्दैनन् ।

चौथो मुद्दा भनेको शहरीकरणले साथसाथै ल्याएका चुनौतीहरूको सामनाको लागि अग्रगामी सोच आवश्यक छ भन्ने हो । शहरीकरणका धेरै चुनौतीहरू छन् तर विषय उठानका लागि यस लेखमा केही चुनौतीहरू मात्र उल्लेख गरिएका हुन् । बिना योजना यस्ता चुनौतीहरूको समाधान गर्न सकिँदैन भन्ने कुरामा दुई मत छैन । योजना बनाउँदा के कुरामा हाम्रो ध्यान केन्द्रित गर्ने भन्ने कुरा चाहिं महत्वपूर्ण हुन्छ । विगतमा योजना तर्जुमाका दुई प्रमुख विशेषता रहे । पहिलो विशेषता समस्या केन्द्रित सोच । यसका लागि हामीले अवलम्बन गरेको विधि भनेको समस्या पहिचान गर्ने, प्राथमिकीकरण गर्ने, अनि छानिएको समस्या समाधान गर्ने आयोजना छनौट गर्ने । सहभागितामुलक योजना तर्जुमा विधि अन्तर्गत हामीले मूलतः यही अभ्यास गऱ्यौं । दोश्रो विशेषता हो संकट व्यवस्थापनमुखी सोच । 'फलानो बाटो बिग्रिसक्यो', 'फलानो भ्वाङ टाल्नै पऱ्यो', 'फलानोले सारै कचकच गऱ्या छ', 'फलानो काम गरेन भने त तोडफोडमा उत्रन्छ' भन्ने जस्ता संकट उत्पन्न भएपछि त्यसलाई टार्नको लागि योजना बनाउने अभ्यास हामीले गऱ्यौं ।

हामी यही कुरामा बढी केन्द्रित भयौं । यद्यपि यस लेखको आशय समस्या र संकट टार्नको लागि योजना नबनाउने भन्ने होइन । यसका लागि अवश्य पनि योजना बनाउनु पर्छ तर मूल प्रवृत्ति के कुरालाई बनाउने भन्ने कुरा मात्र उठाउन खोजिएको हो । 'साँघुरो गल्लीलाई फराकिलो बनाई हिंड्न सजिलो बनाउने' सोच समस्यामुखी सोच हो भने 'काठको पुल भाँचेर रोकिएको यातायात खुलाउने' सोच संकट व्यवस्थापनमुखी हो । समस्यै समस्या र संकटै संकटको चाङमाथि उभिएको काठमाडौं महानगरपालिकाले समस्यामुखी र संकट व्यवस्थापनमुखी सोच राखुञ्जेल यो अझै अग्लो समस्या र संकटको चाङमाथि उभिन पुग्नेछ । महानगरपालिकाले यो कुचक्रलाई तोड्ने आँट गर्नु पर्दछ । यसका लागि विश्व सामु नेपालले गर्व गर्न लायक राजधानी शहर कस्तो बनाउने भनेर नेपाल सरकार र प्रदेश सरकारले सोच्न सक्दछ भने महानगरपालिकाले महानगरको ऐतिहासिक पहिचान, क्षमता, उपलब्ध अवसर र आगामी सम्भावनालाई मध्यनजर गरी आफ्नो बाटो पहिल्याउन सक्दछ ।

(लेखक प्रदेश योजना आयोग, बागमती प्रदेशका पूर्व उपाध्यक्ष हुनुहुन्छ ।)

अब सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालय वा प्रदेश कानूनअनुसार तोकिएका कार्यालय र फ्रिक्वेन्सी दिने निकाय बीच सिधा सम्पर्क हुने संयन्त्र बनाउनुपर्छ । ती निकायका बीचमा दिनमा होइन, घण्टा र मिनेटमा जवाफ दिने अभ्यास हुनुपर्छ ।

रेवती सापकोटा

रेडियोको इजाजत र नवीकरणमा देखिएका जटिलता

नेपाल ऐनमा संघ, प्रदेश र स्थानीय तहको अधिकार क्षेत्रलाई बाँडफाँड गरी राष्ट्रिय प्रसारण ऐन संशोधन गरिएको छ । यसका आधारमा स्थानीय तहले १ सय वाटभन्दा तल, प्रदेशले १ सय वाटभन्दा माथि १ हजार वाटभन्दा तल र संघले १ हजार वाटभन्दा माथिका एफ एम रेडियोलाई इजाजत दिने, नियमन गर्ने र नवीकरण गर्नेछन् । फ्रिक्वेन्सीको अधिकार संघमा छ ।

ऐनले तय गरेको सञ्चार रजिष्ट्रारको नियुक्तिसँगै बागमती प्रदेशमा सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालय स्थापना भएको छ । त्यस्तै प्रदेश सञ्चारमाध्यम व्यवस्थापन ऐन २०७५ र प्रदेश सञ्चार माध्यम नियमावली २०७६ जारी गरिएको छ । बागमती प्रदेशमा १ सय वाटभन्दा माथि र १ हजार वाटभन्दा तलको फ्रिक्वेन्सीको इजाजत दिने र नवीकरण गर्ने काम यसै कार्यालयबाट हुन्छ ।

एफ.एम. सञ्चालन गर्न चाहनेले दिएको निवेदनका आधारमा कार्यालयका इन्जिनियरले प्राविधिक प्रतिवेदन तयार पार्छन् । यसपछि फ्रिक्वेन्सी मागका लागि प्रस्ताव तयार हुन्छ । कानूनमा तोकिए अनुसारका कागजात प्राप्त भएपछि सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयले त्यो प्रस्ताव माथि निर्णय गरी आन्तरिक मामिला तथा कानून मन्त्रालयमा पठाउँछ । प्रदेशस्तरीय यो मन्त्रालयले सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयबाट आएको प्रस्तावलाई आफ्नो प्रस्ताव बनाएर मुख्यमन्त्री तथा मन्त्रिपरिषद् कार्यालयमा पठाउँछ । मुख्यमन्त्री तथा मन्त्रिपरिषद् कार्यालयले फेरि आफ्नो प्रस्ताव बनाएर रेडियोको फ्रिक्वेन्सी माग गर्दै प्रधानमन्त्री तथा मन्त्रिपरिषद् कार्यालयको प्रादेशिक समन्वय महाशाखामा पत्र पठाउँछ । प्रधानमन्त्री कार्यालयले अर्को पत्र बनाएर सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालयको फ्रिक्वेन्सी महाशाखामा पठाउँछ । सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालयले मागिएको ठाउँमा फ्रिक्वेन्सी दिन सकिने वा नसकिने अध्ययन गरी निर्णय गर्छ ।

रेडियो सञ्चालन इजाजत दिने अधिकार प्रयोग गर्न सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालय वा प्रदेशले तोकेको निकायमा पत्राचार गरेर माथिल्ला निकायबाट अनुमति प्राप्त गरिसकेपछि मात्र इजाजत दिन सकिने भए दिने र नसकिने भए दिन नसकिने जानकारी दिनु पर्ने व्यवस्था छ ।

कर्मचारी प्रशासनले आएका पत्रलाई फटाफट अगाडि बढाइदिए पनि रेडियो सञ्चालकले निवेदन दिएपछि रेडियो सञ्चालन गर्न पाउने वा नपाउने निर्णय थाहा पाउन महिनौ लाग्छ । सरकारी संरचनागत ढिलासुस्तीका कारण यो प्रक्रिया जति पनि लम्बिन सक्ने देखिन्छ । यो झन्झटिलो प्रक्रियालाई सहजीकरण गर्ने उपायको खोजी नगर्ने हो भने गाउँमा सिंहदरवार पुगेको अनुभूति नागरिकले गर्न सक्ने अवस्था देखिँदैन । रेडियो

सञ्चालन गर्न चाहने समुदाय वा सञ्चार व्यवसायी निराश भएर फर्कन सक्ने स्थिति छ । यसलाई सहज बनाउन प्रदेश वा स्थानीय तहको सम्बन्धित कार्यालयले सिधै फ्रिक्वेन्सी दिने निकायसँग सम्पर्क गर्न सक्ने कानुनी व्यवस्था आवश्यक छ । यो प्रक्रियालाई समयसापेक्ष बनाउन अनलाइन प्रक्रियाबाट यसलाई टुंगोमा पुऱ्याउने विधि अबलम्बन गरिनुपर्छ ।

बागमती प्रदेशमा सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयको प्रसारण शाखा काठमाडौमा रहेका कारण फ्रिक्वेन्सीका लागि सिंहदरवार पुग्न कठिन नहोला तर डोल्पाको नागरिकले रेडियो सञ्चालन गर्न चाहेमा सबैभन्दा पहिले सुर्खेतस्थित कर्णाली प्रदेशको राजधानी पुग्नुपर्छ । त्यहाँ प्रदेशको कानून अनुसार तोकिएको कार्यालयमा निवेदन दिनुपर्छ अनि माथि उल्लेख गरिएका प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्छ । डोल्पामा रेडियो सञ्चालन गर्न चाहने व्यक्ति सुर्खेत र काठमाडौमा महिनौ बिताएर पनि रेडियो सञ्चालन गर्ने इजाजत प्राप्त गर्ने सुनिश्चित हुँदैन । एक महिनाको अवधिमा लाग्ने श्रम, समय, सकस र पैसाको हिसाब गर्ने हो भने त्यो गाउँमा रेडियो पुऱ्याउने चाहना निकै महंगो पर्न सक्छ । त्यो निवेदक जुन उत्साह बोकेर रेडियो सञ्चालनको बाटोमा हिंडेको हुन्छ त्यो भन्दा बढी निराशा बोकेर फर्कने अवस्था रहने खतरा छ ।

अब सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालय वा प्रदेश कानूनअनुसार तोकिएका कार्यालय र फ्रिक्वेन्सी दिने निकाय बीच सिधा सम्पर्क हुने संयन्त्र बनाउनुपर्छ । ती निकायका बीचमा दिनमा होइन, घण्टा र मिनेटमा जवाफ दिने अभ्यास हुनुपर्छ । त्यसका लागि बागमती प्रदेशको सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालय सफ्टवेयर बनाएर प्रत्येक घण्टामा जवाफ दिन सक्ने अवस्था बनाउन प्रयास गर्दैछ । संघीय सरकारमा यसप्रकारको प्रणाली नभएसम्म प्रदेशका संरचनाले चाहेर मात्रै केही हुँदैन । संघीय सरकारले रेडियो र टेलिभिजनको कलसाइन (रेडियो टेलिभिजनको नाम) लाई सफ्टवेयर प्रणालीमा राखिदिएमा प्रदेश र स्थानीय सरकारलाई नयाँ कलसाइन दिन वा कलसाइन परिवर्तन गर्न आउने निवेदनमाथि कार्वाही गर्न सजिलो हुने थियो । कागजी फाइल व्यवस्थित नहुँदा कसले कुन कलसाइनमा रेडियो टेलिभिजन सञ्चालन गरिरहेको छ भन्ने थाहा पाउन कठिन छ । सरकारले आफ्नो प्रणालीमा हेरेर नदोहोरिने गरी नयाँ कलसाइन दिन सक्ने अवस्था छैन ।

नेपाल संघीय संरचनामा गइसकेपछिको नयाँ संरचना भएकोले रजिष्ट्रार कार्यालयका आन्तरिक व्यवस्थापन, कानुनी र प्रक्रियागत चरण मिलाउनु छँदैछ । यसै बीच रेडियो सञ्चालन इजाजत दिने काम थालिएको छ । यसका लागि पहिलो निवेदन मिसन सिन्धुपाल्चोकबाट प्राप्त भयो । २०७६ जेठमा दर्ता भएको निवेदनलाई किनारा लगाउन सजिलो थिएन । हामीले प्राविधिक प्रतिवेदन अध्ययन गरी फ्रिक्वेन्सीका लागि २०७६ को भदौ १९ गते आन्तरिक मामिला तथा कानून मन्त्रालय हुँदै मुख्यमन्त्री तथा मन्त्रिपरिषद् कार्यालयमा पठायौं । त्यो पत्रको जवाफ नपाएपछि आफै खोजी गर्ने क्रममा असोज १ गतेसम्म सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालयमा पत्र नपुगेको थाहा भयो । मुख्यमन्त्री कार्यालयमा बुझ्दा त्यो पत्र नै नभेटिएको जवाफ प्राप्त भयो । पत्र सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयबाट कर्मचारी आफै गएर बुझाइएका थिए । पछि खोजी गर्दा प्रधानमन्त्री कार्यालयमा रोकिएको जानकारी प्राप्त भयो । सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयको इन्जिनियर आफैले प्रधानमन्त्री तथा मन्त्रिपरिषद् कार्यालयले मागेका र खोजेको कागजात उपलब्ध गराएपछि फाइल सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालयमा गयो । मन्त्रालयबाट फ्रिक्वेन्सी दिन सकिने पत्र माघमा प्राप्त भयो ।

त्यतिबेला बागमती प्रदेशमा प्रदेश सञ्चारमाध्यम व्यवस्थापन ऐन थियो तर नियमावली थिएन । प्रदेश मन्त्रिपरिषद्ले २०७६ असार ९ गते नियमावली र कर्मचारी दरबन्दी स्वीकृत गऱ्यो । यस अवधिमा सरकारले इलेक्ट्रोनिक्स इन्जिनियर (टेलिकम सेवा) उपलब्ध गराउन सकेन । यो जानकारी रजिष्ट्रार कार्यालयले साउनको अन्तिम साता मात्र प्राप्त गऱ्यो । त्यसपछि रजिष्ट्रार कार्यालयलाई विज्ञापन प्रकाशित गरी खुला प्रतिस्पर्धाबाट इलेक्ट्रोनिक्स इन्जिनियर लिन पाउने बाटो खुल्यो । सो प्रक्रिया पूरा गरेर २०७६ भदौ १६ गते इलेक्ट्रोनिक्स इन्जिनियर नियुक्त गरियो । इन्जिनियर भएपछि बल्ल रेडियो मिसन सिन्धुपाल्चोकको फाइल अध्ययन गर्न सक्ने भयो । यसपछि तीन दिन भित्रै रेडियो मिसनको प्राविधिक प्रतिवेदन अध्ययन गरी मुख्यमन्त्री कार्यालयमा सिफारिस गरियो । यो सबै प्रक्रिया पूरा गर्दा माघ महिना भएको थियो । त्यसपछि बल्ल रेडियो मिसन सिन्धुपाल्चोकको इजाजत जारी भयो । नेपाल संघीय प्रणालीमा गइसकेपछि प्रदेश सरकारबाट जारी यो नै पहिलो इजाजत हो ।

अन्य प्रदेशले सञ्चार अभ्यास नथालेकोले यो सिकाइका रूपमा स्थापित हुनेछ । अन्य प्रदेश र स्थानीय तहले सञ्चार व्यवस्थापनको अधिकार कार्यान्वयन गर्दा बागमती प्रदेशको सञ्चार रजिष्ट्रार कार्यालयको बाटो देखाउन सक्ने भएको छ ।

रेडियो इजाजत र नवीकरणको सहजीकरणसँगै रजिष्ट्रारको कार्यालयले केही नयाँ काम थालेको छ । पत्रकार परिचयपत्र व्यवस्थापनका लागि सफ्टवेयर बनाइएको छ । मोबाइल नं. र परिचयपत्र नं. का आधारमा पत्रकारको अभिलेखीकरण अद्यावधिक हुन्छ । रजिष्ट्रार कार्यालयका कर्मचारी काठमाडौ, हेटौंडा वा जुनसुकै ठाउँमा भए पनि जवाफ दिन सकिन्छ । रेडियो र टेलिभिजनको हकमा पनि त्यस्तै प्रणाली विकास गर्ने प्रयास भइरहेको छ । यसबाट रजिष्ट्रारको कार्यालयमा दर्ता र अभिलेखीकरण भएका सञ्चारमाध्यमको विवरण तत्कालै थाहा पाउन सकिन्छ । अहिले कति रेडियो कुन अवस्थामा छन् भन्ने एकिन तथ्याङ्क पाउन कठिन छ । सबै रेडियोको एकमुष्ट विवरण पाउन त झन् मुस्किल छ ।

अहिले बागमती प्रदेशका ९३ प्रतिशत रेडियो सञ्चालनमा छन् । रजिष्ट्रार कार्यालयको अध्ययनअनुसार ६ प्रतिशत रेडियो अनियमित छन् र एक प्रतिशत रेडियो बन्द भएका छन् । अहिले एक भन्दा बढी रेडियोका कलसाइन एउटै देखिएका छन् ।

रजिष्ट्रार कार्यालयले २०७६ असोजबाटै केवुल टेलिभिजनको इजाजत दिन थालेको हो । हालसम्म चार वटा केवुल टेलिभिजन र तीन वटा एफ एम रेडियोलाई इजाजत दिइसकिएको छ । केही सञ्चार उद्यमीले अहिले रेडियो र टेलिभिजनको इजाजत लिन निवेदन दिएका छन् । ती निवेदनको प्रक्रिया अगाडि बढेको छ ।

सूचना तथा प्रसारण बिभागबाट इजाजत पाएका र इजाजत लिन निवेदन दिएका एफएम रेडियो र केवुल टेलिभिजनका एक सय ३६ वटा फाइल दुई पटक गरी सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयमा हस्तान्तरण भएका छन् । केही फाइल अझै हस्तान्तरणको क्रममा छन् । हस्तान्तरण भएका फाइलमा कुनै न कुनै जटिलता रहेका छन् । कार्यालयले ती जटिलता केलाउने र सहजीकरण गर्ने प्रक्रिया थालेको छ ।

कानुनमा इजाजत दिने, नविकरण गर्ने र नियमन गर्ने अधिकार प्रदेश र स्थानीय तहलाई दिइएको छ तर रेडियोले प्रयोग गर्ने उपकरणको इजाजत दिने अधिकार संघीय सरकारमा राखिएको छ । इजाजत एउटा निकायले दिने र नियमन अर्को निकायले गर्ने कानुन व्यवहारिक देखिँदैन । रेडियोको प्राविधिक पक्षका बारेमा जानकारी नभई प्रदेशको निकायले कसरी नियमन गर्न सक्छ ? त्यसैले रेडियोको नवीकरण प्रदेश र स्थानीय तहमा गर्ने गराउने व्यवस्था मिलाउनु पर्छ ।

संघीय सरकारले प्रदेश र स्थानीय तहको क्षमतामा विश्वास गरेको देखिँदैन । संघीय सरकारले अब प्रदेश र स्थानीय तहमा दक्षता भएका प्राविधिक जनशक्ति नभई रेडियो र टेलिभिजनको इजाजत दिने, नियमन गर्ने अधिकार कार्यान्वयन गर्न सक्दैन । ती जनशक्तिले उपकरणको पनि नियमन गर्न सक्छन् भन्ने बुझ्नुपर्छ । नेपालको संविधानले परिकल्पना गरे अनुसारका प्रदेश र स्थानीय सभाले कानून बनाएर लागू गराउन सक्छन् । प्रदेश सभाले बनाएका कानूनले जनतालाई अधिकार पनि दिएका छन् । तर संघीयताको प्रतिफल जनताले पाउन अझै जटिल छ । अहिले बागमती प्रदेशको सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयमा नवीकरण गराइएका रेडियोको उपकरण नवीकरण गराउन संघीय सरकारको सूचना तथा प्रसारण विभागमा पुग्नु पर्ने अवस्था छ । यो अव्यवहारिक अभ्यासलाई व्यवहारिक बनाउन राजनीतिक र प्रशासनिक तहमा छलफल आवश्यक छ ।

सञ्चार रजिष्ट्रार कार्यालयले गरेको अध्ययनअनुसार बागमती प्रदेशमा नेपालका ६६ प्रतिशत सञ्चार माध्यम र झण्डै ५० प्रतिशत पत्रकार कार्यरत छन् । पत्रकारिताको विकासका लागि नीतिगत, सैद्धान्तिक र व्यवहारिक ज्ञान प्राप्त हुने गरी हामीले बागमती प्रदेशमा मिडिया र अनलाइन पत्रकारिता हाते पुस्तिका प्रकाशन गरेका छौं । यी दुवै पुस्तकले पत्रकारिताको विकास र प्रवर्द्धनका लागि गतिला सुझाव प्रस्तुत गरेका छन् ।

संघीय लोकतान्त्रिक गणतन्त्रको परिकल्पना सरकारी सेवालाई नागरिकको नजिक पुऱ्याउनु हो । नागरिकलाई दुःख दिन र जटिलता थप्न होइन । संघीय सरकार र प्रदेश सरकारकाबीच समन्वय गरी यस्ता जटिलतामा सहजीकरण गर्नु पर्नेछ । यी सबै समस्याको समाधानका लागि संघ, प्रदेश र स्थानीय सरकारका प्रतिनिधि र सरोकारवाला एकै ठाउँमा बसेर घनीभूत छलफल गर्नुपर्छ ।

(लेखक बागमती प्रदेशका सञ्चार रजिष्ट्रार हुनुहुन्छ ।)

प्रेस स्वतन्त्रता नागरिकको विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताकै अभिन्न अङ्ग हो । अझ यसो भन्न सकिन्छ विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको विस्तारित रूप हो प्रेस स्वतन्त्रता ।

टीकाराम भट्टराई

स्थानीय तह, प्रसारणको अधिकार र काठमाडौं महानगरपालिका

स्थानीय तहमा प्रसारणको कति अधिकार हुने भन्ने सम्बन्धमा वहस प्रारम्भ भएको छ । नेपालको संवैधानिक इतिहासमा प्रथम पटक संघीय शासन व्यवस्थासँगै तीन तहको सरकारको व्यवस्था गरिएको छ । नेपालको संविधानको धारा ५६ ले संघीय नेपालको मुल संरचना संघ, प्रदेश र स्थानीय तहमा विभक्त गरेको छ । धारा ५७ ले तीनै तहका सरकारका अधिकारको बाँडफाँड गरेको छ । संविधानको अनुसूची ५, ६ र ८ मा एकल अधिकार सूचीकृत छन् । तीनै तहका सरकारलाई समान प्रकृतिका अधिकारको सूची र अधिकारको बाँडफाँड गरेको यो नै विश्वको पहिलो संविधान हो । यो लेख मुलतः नेपालको संविधानमा सूचनाको हक र स्थानीय तहको प्रसारणको अधिकार एवम् दायित्वको सम्बन्धमा केन्द्रित छ ।

संवैधानिक प्रवन्ध :

प्रसारणको अधिकार सीधै जनताको सूचनाको हकसँग सम्बन्धित हुन्छ । सूचनाको हक नागरिकको मौलिक हक त्यसमा पनि विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता सम्बन्धी हकसँग जोडिएको हुन्छ । जसलाई नागरिक स्वतन्त्रता अर्थात Civil Liberty पनि भनिन्छ । नेपालको संविधानले नागरिक स्वतन्त्रता र प्रेस स्वतन्त्रतासमेतलाई मौलिक हकको रूपमा स्थापित गरेको छ । कतिपय देशका संविधानहरूले यी स्वतन्त्रताहरूलाई अलग अलग नराखी विचार अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रताकै रूपमा एकै धारामा राखेको पाइन्छ । नेपालमा पञ्चायती व्यवस्था वा बहुदलीय व्यवस्थाको पूर्ण स्थापना पश्चात राजा ज्ञानेन्द्रको प्रत्यक्ष शासनकालमा प्रेस माथि दमन गरेर नागरिकको विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रतामा अंकुश लगाइयो । यही कारणले हाम्रा संविधानहरूले यी दुई स्वतन्त्रताहरूलाई संविधानको मौलिक हक अन्तर्गत अलग अलग रूपमा राखेका हुन् । तर यथार्थमा प्रेस स्वतन्त्रता नागरिकको विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताकै अभिन्न अङ्ग हो । अझ यसो भन्न सकिन्छ विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको विस्तारित रूप हो प्रेस स्वतन्त्रता ।

लोकतन्त्र, सूचनाको हक र प्रश्न गर्ने क्षमता

सामन्तवादी राज्य व्यवस्थाको चरणमा निश्चित वर्ग समुदायको मात्र राज्य सत्तामा पहुँच र प्रभाव हुन्छ । जसले राज्य सत्तामा पँहुच र प्रभाव राख्छ, उसको विरूद्धमा लेख्ने, बोल्ने, आलोचना वा टिप्पणी गर्ने छुट हुंदैन । सामन्तवादी व्यवस्थामा राजकीय निकाय, पदाधिकारी वा व्यवस्थाको विरूद्धमा प्रश्न गर्ने क्षमता हुंदैन । जहाँ प्रश्न गर्ने क्षमता हुंदैन त्यहाँ नागरिकका आवाज दबिएका मात्र हुंदैनन् प्रतिभा र ज्ञानको विकास तथा

प्रभाव पनि सीमित हुन पुग्दछ । यस्तो अवस्थाले मानव विकासमा प्रत्यक्ष असर गर्दछ । प्रश्न गर्ने क्षमता नै विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको पहिलो शर्त र आधार हो ।

प्रश्न गर्ने हक हरेक नागरिकको मौलिक हक हो । प्रश्न गर्ने स्वतन्त्रताले व्यक्तिलाई नागरिक बनाउँछ । उसको प्रश्नले राज्यलाई जवाफदेही र उत्तरदायी बनाउंछ । यो नै लोकतन्त्रको आधारभूत स्तम्भ हो । शहरी क्षेत्रमा वसोवास गर्ने वा सञ्चार साधनको प्रचुर पहुँच भएका क्षेत्रका जनताको प्रश्न गर्ने क्षमता भन्दा आधारभुत तहका जनताको प्रश्न गर्ने क्षमताको विकास गर्नु अत्यावश्यक हुन्छ । त्यसमा सबभन्दा ठूलो भूमिका स्थानीय तहको हुन्छ । स्थानीय तह जनताको घर दैलोको सरकार भएकाले स्थानीय स्तरका जनताको प्रश्न गर्ने क्षमताको विकास गर्नु पर्दछ । यही क्षमता विकासका लागि नेपालको संविधानले स्थानीय तहलाई पनि सञ्चारका साधनको स्थापना र प्रयोग गर्ने अधिकार दिएको हो ।

लोकतन्त्रमा राज्य वा सरकार सबै नागरिकको सार्थक सहभागितामा मात्र निर्माण र सञ्चालन हुने परिकल्पना गरिएको हुन्छ । त्यसैले राज्य तथा सरकारका निकायले गर्ने कुनै पनि निर्णय, निर्णय प्रक्रिया तथा निर्णय कार्यान्वयन जस्ता विषयमा नागरिकलाई जान्न पाउने हक दिइएको हो । सूचनाले नागरिकलाई राज्यप्रतिको विश्वास र भरोसाको मात्रा बढाउँछ । सूचनाको हकले जनतालाई न्याय दिन्छ । भ्रष्टाचारविरूद्ध लड्ने शक्ति दिन्छ । करको हिसाब खोज्न सघाउँछ । त्यसैले सूचनाको हक आमजनताका लागि सुशासन प्राप्तिमा सहयोग गर्ने भरपर्दो औजार हो । सूचनाको हकसम्बन्धी ऐन कानुनलाई राम्ररी प्रयोग गरेका देशहरूले प्रजातन्त्रको अभ्यासलाई निकै सुदृढ गरेका छन् । विश्वव्यापी रूपमा सूचनाको हक एउटा लोकतान्त्रिक सरकारको आधार बन्दै गएको छ । उदाहरणका लागि, निर्माणाधीन कुनै सडकको निर्माण सामग्रीको प्रमाणित नमूना प्राप्त गर्नेसम्मका अधिकार सुरक्षित छन् । सार्वजनिक निकायको कम्प्युटरमा रहेको तथ्यांक जस्तो स्वरूपमा छन् उस्तै स्वरूपमा प्राप्त गर्ने, तस्विर, दृश्य खिच्ने र लिनेसम्मका अधिकार छन् । नेपालको संविधानको धारा २७ मा यो व्यवस्था छ । यस हकअन्तर्गत नागरिकले सार्वजनिक निकायमा रहेको आफूसँग सम्बन्धित व्यक्तिगत तथा सार्वजनिक महत्वका सूचना प्राप्त गर्न सक्छन् । सूचनाको हकलाई कार्यान्वयनमा ल्याउन सूचनाको हकसम्बन्धी ऐन २०६४ र सूचनाको हकसम्बन्धी नियमावली २०६५ निर्माण भएको छ । साथै राष्ट्रिय सूचना आयोगलगायत विभिन्न संरचनागत व्यवस्था पनि गरिएका छन् । सार्वजनिक निकाय भन्नाले जनताले तिरेको राजस्वबाट सञ्चालन हुने वा सो खर्च गर्ने निकाय हो ।

स्थानीय तह स्वतः सार्वजनिक निकायमा पर्ने हुनाले हरेक स्थानीय तहले संविधानको मर्म र भावना अनुकुल सुचनाको हकलाई व्यवहारिक रूपमै प्रत्याभूत गर्नका लागि सञ्चारका माध्यमहरूको स्थापना र सञ्चालन गरेर आफ्ना क्षेत्रका नागरिकहरूलाई सूचना प्रवाह गर्नुपर्छ । यसले सरकार नागरिकप्रति जिम्मेवार छ भन्ने प्रमाण दिन्छ ।

जनताका प्रश्न गर्ने माध्यमहरू

प्रश्नले राज्य, सार्वजनिक निकाय, पदाधिकारी र व्यक्तिहरूबाट गरिने सार्वजनिक कार्यमा उत्तरदायी र जवाफदेही बनाउँछ भने अकार्यमा सचेत गराउँछ । तिनले गर्ने काम वा नगरेका अकार्यको बारेमा सार्वजनिक रूपमा गरिने प्रश्न नै नागरिकको प्रश्न हो । यसरी प्रश्न गर्ने माध्यम र तरिका अनेक हुन सक्छन ।

- छापा वा विद्युतीय माध्यमका आमसञ्चार साधनहरू
- स्थानीय तहहरूले आयोजना गर्ने सार्वजनिक सुनुवाई, वडा भेला, टोल भेला वा उपभोक्ता समितिका भेलाहरू
- व्यक्तिगत लेख, रचना, कार्यपत्र र सोधपत्रहरू
- सामाजिक सञ्जालमा अभिव्यक्त विचार वा टिप्पणीहरू
- सूचनाको हक अन्तर्गत मागिने सूचनाहरू
- अदालती प्रक्रियाद्वारा प्राप्त हुने उपचारको माध्यमबाट गरिने प्रश्नहरू
- भेला, जुलुस, हडताल धर्ना जस्ता आन्दोलन वा विरोधका माध्यमबाट गरिने प्रश्नहरू
- संसद वा संसदीय समितिको माध्यमबाट गरिने प्रश्नहरू
- राजनीतिक दलका नेता वा कार्यकर्ताले तिनको आन्तरिक बैठक भेला, प्रशिक्षण र अधिवेशनमा नेतासँग उठाउने प्रश्नहरू ।
- व्यक्तिले व्यक्तिसँग सिधा सम्पर्कद्वारा गर्ने प्रश्नहरू

प्रश्न गर्ने क्षमता र आलोचनात्मक चेत :

प्रश्न गर्ने क्षमताको विकासले नागरिकको आलोचनात्मक चेतको विकास हुन्छ । आलोचनात्मक चेत त्यस्तो चेतनाको अभिव्यक्ति हो जसले हरेक वस्तु, घटना र पात्र वा प्रवृत्तिलाई द्वन्द्वात्मक ढङ्गले हेर्न, पढ्न र बुझ्न सहयोग पुऱ्याउँछ । उदाहरणार्थ अमुक नेताले आज किन त्यसो भनेको होला ? अमुक मन्त्री, प्रधानमन्त्री, सांसद, मेयर वा वडा अध्यक्षले आज गरेको भाषणका काम ठीक होलान् कि बेठीक ? अमुक योजनामा भएको खर्च सही हो कि गलत ? नेता, मन्त्री वा सार्वजनिक निकायमा कार्यरत पदाधिकारीको जीवनशैली र उसको आम्दानीको श्रोत मिल्दोजुल्दो छ वा छैन ? इत्यादि प्रश्नहरू आलोचनात्मक चेतका अभिव्यक्ति हुन् ।

आलोचनात्मक चेतले सुशासन कायम गर्न र सार्वजनिक

जवाफदेहीको पदमा कार्यरत पदाधिकारीको काम कारवाहीमा पारदर्शिता ल्याउँछ । यस प्रकार चेत र चेतनाको विकासमा सञ्चार माध्यमको पहिलो भूमिका हुन्छ ।

आम सञ्चारका साधन र स्थानीय तह

नेपालको संविधानको अनुसूची ५ अर्थात् संघको अधिकारको सूचीको क्र.सं. ८ ले दूर सञ्चार, रेडियो फ्रिक्वेन्सीको बाँडफाँड, रेडियो, टेलिभिजन र हुलाक जस्ता विषयको एकल अधिकार संघीय सरकारलाई दिएको. छ । अर्कोतर्फ अनुसूची ६ अर्थात प्रदेश सरकारको एकल सूचीको अधिकार अन्तर्गतको क्र.सं. ३ मा रेडियो एफ.एम र टेलिभिजन सञ्चालनको अधिकार प्रदेश सरकारमा रहने व्यवस्था छ । अनुसूची ८ अर्थात स्थानीय तहको एकल अधिकारको क्र.सं. ३ मा एफ. एम. को अधिकार स्थानीय तहलाई दिएको देखिन्छ ।

उपरोक्त संवैधानिक प्रवन्धले केही अस्पष्टता र द्विविधा सृजना गरेको देखिन्छ । तीनै तहमा भएका एउटै विषय कुन हदसम्म कसको अधिकार हो भन्ने विषयलाई व्याख्याको माध्यमबाट निर्क्यौल गर्नु पर्छ । यस विषयमा विवाद उत्पन्न भएमा संविधानको धारा १३७ बमोजिमको संवैधानिक इजलासले गरेको अन्तिम व्याख्या नै आधिकारिक हुनेछ । माथि उल्लेख गरिए अनुसार स्थानीय तहलाई १०० वाटसम्मको एफ.एम. रेडियो सञ्चालनको अनुमति, नवीकरण, नियमन र खारेजीको अधिकार दिइएको छ । तर अर्कोतर्फ संविधानको अनुसूची ६ ले सोही अधिकार प्रदेश सरकारलाई पनि दिएको देखिन्छ । त्यसै गरी संघको अधिकारको सूची अर्थात संविधानको अनुसूची ५ को क्र.सं. ८ मा रेडियो फ्रिक्वेन्सी बाँडफाँडको अधिकार संघलाई दिएको देखिन्छ । यस अनुसार स्थानीय तहलाई फ्रिक्वेन्सीको अधिकार नदिइएको अर्थ लगाएर फ्रिक्वेन्सी लिन संघमै धाउनु पर्ने भन्ने अर्थ लगाइएको छ । तर यो संविधानको मर्म र भावनासमेतको विपरीत छ । जब स्थानीय तहको एकल अधिकारको सूचीमा एफ.एम. सञ्चालनको अधिकार राखिएको छ र सो बमोजिम बनेको स्थानीय सरकार सञ्चालन ऐनले १०० वाटसम्मको एफ.एम. सञ्चालन, नियमन गर्ने सम्पूर्ण अधिकार स्थानीय तहलाई दिएको छ भने त्यस क्षमताको फ्रिक्वेन्सी दिने अधिकार पनि स्थानीय तहलाई दिन खोजेको स्पष्ट देखिन्छ । यसरी १०० वाटसम्मको एफ.एम. सञ्चालनको अधिकार स्थानीय तहलाई भए पछि फ्रिक्वेन्सी वितरणको अधिकार पनि स्वतः पर्ने भएकोले यस सम्बन्धमा स्थानीय तहहरूले संविधानको धारा २२६ बमोजिम आफ्नो नगरसभा वा गाउँसभाबाट अलग्गै ऐन बनाउन सक्छन् । त्यस ऐन अन्तर्गत नियमावली र आवश्यकताअनुसार कार्यविधिसमेत बनाएर १०० वाटसम्मका एफ.एम.को फ्रिक्वेन्सी बाँडफाँडसहितको अधिकार प्रयोग र प्रचलनमा ल्याउन कानूनतः बाधा देखिँदैन ।

अहिले सरकारले संसदमा राष्ट्रिय सार्वजनिक प्रसारण सम्बन्धी विधेयक दर्ता गरेको छ । यसमा सरकारी स्वामित्वमा रहेका नेपाल टेलिभिजन, रेडियो नेपाललाई एकै संस्थामा गाभ्ने व्यवस्था प्रस्तावित छ । फ्रिक्वेन्सी बाँडफाँडको अधिकार पनि सोही विधेयकमा राखिएकोले अब स्थानीय तहहरूले त्यो विधेयकमा आफ्नो अधिकारको संरक्षणकालागि संघीय सरकारसँग परामर्श गर्नुपर्ने देखिन्छ । त्यसै गरी राष्ट्रिय आमसञ्चार नीति, २०७३ ले सार्वजनिक सेवा प्रसारणका सम्बन्धमा नीति स्पष्ट गरेको छ । सोही नीति अनुकूल हुने गरी यस सम्बन्धी कानून बन्नु पर्ने हुन्छ । अन्यथा नीति एकातिर कानून अर्कोतिर हुन पुग्दछ ।

प्रस्ताविक विधेयकमा सार्वजनिक सेवा प्रसारणको अवधारणालाई प्रदेश र स्थानीय सरकारले कसरी नियमन गर्ने भन्ने बारेमा केही पनि बोलिएको छैन । संविधानको अनुसूचीमा ती दुवै तहले रेडियो-टेलिभिजन प्रसारण सम्बन्धी केही अधिकार पाएका छन् । तर संघीय कानूनले स्पष्ट पार्नु पर्ने भएकोले प्रदेश र स्थानीय तहमा छुट्टै सार्वजनिक सेवा प्रसारण हुन सक्छ - सक्दैन ? वा सार्वजनिक सेवा प्रसारणको राष्ट्रव्यापी पहुँच सुनिश्चित गर्न प्रदेश र स्थानीय तहको दायित्व हुन्छ - हुँदैन ? जस्ता नीतिगत प्रबन्ध उक्त प्रस्तावित विधेयकमा गरियो भने अहिलेको अस्पष्टता हटेर संघीय शासन व्यवस्था अनुरूपको अभ्यास सुनिश्चित हुनेछ ।

काठमाडौं महानगरपालिका र सञ्चार

अहिले काठमाडौं महानगरपालिकाको आफ्नै स्वामित्वमा मेट्रो एफ.एम. रेडियो छ । काठमाडौं अनलाइन न्युज पोर्टल छ भने नेपाल टेलिभिजनसँग समय किनेर टेलिभिजन कार्यक्रम छ । यही प्रयोजनका लागि महानगरसँग लामो समयदेखि पत्रकार साथीहरू महाननगरकै जनशक्तिका रूपमा कार्यरत छन् । अहिले हामीले जे गरेका छौं त्यो केवल परम्परा धान्ने प्रकृतिको मात्र छ । देशकै राजधानी रहेको महानगरले अब प्रसारण संस्था, साधन र जनशक्तिको बारेमा ठोस नीतिगत र कार्यक्रमिक ढाँचा तयार गर्नु पर्दछ । राष्ट्रिय प्रसारणका रूपमा रहेका टेलिभिजन र रेडियो तथा छापा आमसञ्चार माध्यम काठमाडौंमा भएकाले महानगरले सञ्चार व्यवस्थापनलाई फरक कोणबाट हेर्नुपर्छ । भिन्न प्रभावकारी र आत्मनिर्भर सञ्चार माध्यमका रूपमा सञ्चालन गर्नुपर्छ ।

काठमाडौं महानगरपालिका विश्वकै हेर्न लायक शहरको सूचीमा छ । यसका गौरव, प्राचीन कला, सांस्कृतिक, ऐतिहासिक र पुरातात्विक सभ्यताको प्रचार प्रसार सम्बर्द्धन गर्नु महानगरको कानुनी दायित्व हो । यस प्रयोजनका लागि पनि एक वृहत प्याकेज बनाउनु जरूरी छ । मेरो विचारमा त्यस्तो प्याकेज उपत्यकाका नगरपालिकाहरूले संयुक्त रूपमा बनाउनु पर्दछ । त्यसको नेतृत्व काठमाडौं महानगरपालिकाले गर्नु पर्दछ । त्यसले

प्रमुख रूपमा यहाँका कला, साहित्य, संस्कृति र सभ्यताको प्रचार प्रसार र संरक्षण गर्ने, परम्परागत घरेलु उत्पादन, खानाका प्रकारहरूको प्रचार प्रसार गर्ने, धर्म संस्कृतिसँग सम्बन्धित संघ संस्था र गुठीहरूको संलग्नता र सहभागितामा उत्पादन प्रवर्द्धन गर्ने, टेलिभिजन पर्दामा प्रतिस्पर्धात्मक कार्यक्रमहरूको प्रत्यक्ष प्रसारण गर्ने गर्नुपर्छ ।

नगरहरूले सभाबाट सञ्चार नीति बनाएपछि यसको काम प्रारम्भ हुन्छ । यही नीतिका आधारमा सञ्चार प्रतिष्ठानको स्थापना गर्ने र त्यसैले आमसञ्चार सञ्चालन गर्नुपर्दछ । प्रतिष्ठानलाई प्रतिस्पर्धी बनाउन राजनीतिक हस्तक्षेपबाट मुक्त हुने प्रकृतिको संरचनाको निर्माण गर्नु पर्दछ । प्रसारण संस्थालाई कार्यगत स्वायत्तता प्रदान गरिनु पर्दछ । तसर्थ महानगरपालिकाले यस प्रयोजनका लागि अविलम्ब सञ्चार नीति बनाएर अघि बढ्नु पर्दछ । महानगरपालिकाको यो मौलिक कर्तव्य हो ।

(लेखक काठमाडौं महानगरपालिकाका कानुनी सल्लाहकार हुनुहुन्छ ।)

मेट्रो एफ एम ९४.६

हरेक मंगलबार

समय	कार्यक्रम
०५:२५- ०५:३०	प्रसारण आरम्भ
०५:३०- ०५:४५	प्रवचन-पूर्वीय दर्शन र आध्यात्म
०५:४५- ०६:००	प्रवचन-बौद्ध दर्शन
०६:००-०६:३०	मेट्रो हालखवर (समाचार) -राष्ट्रिय मुख्य समाचार
०६:३०-०७:००	मन्थन (बिषय बिश्लेषण)- आर्थिक/सामाजिक/राजनीतिक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	डबली-समाचार र घटना बिश्लेषण
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल बुखँ-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:१५	नेपाल मण्डल दबू-अन्तरर्वार्ता
०८:१५-०८:४५	नेवाः जनसरोकार - विचारमुलक कार्यक्रम
०८:४५-०९:००	स्वदेश / राष्ट्रिय गान जागरण
०९:००-०९:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १
०९:३०-१०:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा २
१०:००-११:००	न्यनामिया दबू-श्रोता मञ्च / प्रतिभा प्रस्तुत
११:००-११:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ३
११:३०-१२:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ४
१२:००-१२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ५

समय	कार्यक्रम
१२:३०-०१:००	अंग्रेजी गीतको कार्यक्रम- मनोरञ्जनात्मक
०१:००-०२:००	स्वर संगीत-हिन्दी गीतमा आधारित
०२:००-०२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ६
०२:३०-०३:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ७
०३:००-०३:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ८
०३:३०-०३:४५	नेपाली पुराना गीतहरु-मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०३:४५-०४:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०४:००-०४:४०	रेडियो शिक्षा -कक्षा ९
०४:४०-०५:००	लोक गीतहरु -मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०५:००-०५:४०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १०
०५:४५-०६:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०६:००-०६:३०	तामाङ् भाषाको कार्यक्रम-नाङ्साल
०६:३०-०७:००	महानगर गतिविधि-समाचार/जानकारीमुलक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	संवाद -समसामयिक अन्तर्वार्ता
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:४५	कासाख्यः- जानकारी/सूचनामुलक
०८:४५-०९:००	शास्त्रीय बादन र गायनमा आधारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०९:००-१०:००	भावना-सूचना र मनोरञ्जनात्मक

अहिलेको परिस्थिति जोखिमपूर्ण छ । समाचार संकलनमा जाँदा पत्रकारले आफू पूर्णरूपमा सुरक्षित रहनु पर्छ नै । यो अवस्थामा समाचार संकलन गर्दा आफ्नो स्वास्थ्य सुरक्षालाई प्राथमिकता राख्नुपर्छ ।

गोविन्द आचार्य

कोरोना संक्रमण र सञ्चारकर्मीको दायित्व

यतिबेला विश्वव्यापी महामारीका रूपमा फैलिएको कोरोना (कोभिड १९) सक्रमणका कारण सिंगो विश्व आक्रान्त छ । यसबाट नेपाल पनि प्रभावित बनेको छ । कोरोना संक्रमण फैलन नदिन नेपाल सरकारले ०७६ चैत्र ११ गतेदेखि बन्दाबन्दी (लकडाउन) लागू गर्‍यो । संक्रमित व्यक्तिबाट अन्यमा नसरोस् भन्नका लागि बन्दाबन्दी गरिएको थियो । यो शुरु भएको ८० दिनपछि जेठ २८ गते बसेको सरकारको मन्त्रिपरिषद्को बैठकले लकडाउन क्रमशः खुकुलो बनाउँदै लैजाने निर्णय गर्‍यो ।

यो खुकुलोपनले काठमाडौंलगायत ठूला शहरी क्षेत्रमा मानिसहरूको आवतजावत बढ्न थाल्यो । यसले संक्रमण पनि बढायो । फलतः आफ्नो अवस्था र परिस्थितिअनुसार राजधानी काठमाडौंसहित विभिन्न जिल्लामा निषेधाज्ञा र लकडाउन थपियो । लामो समयदेखिको लकडाउन र निषेधाज्ञाका कारण सार्वजनिक जीवन सहज बनिरहेको छैन । संक्रमणको खतरा पहिलेभन्दा थपिएको छ । संक्रमण र मृत्यु हुनेको संख्या बढेको छ । यस स्थितिलाई सामान्य बनाउन, अवस्थालाई थप जटिलता र भयावह हुन नदिन सरकार, सरोकारवाला र आमसञ्चार क्षेत्रका सामु नयाँ चुनौती र दायित्व थपिएका छन् ।

प्रतिकुल अन्य अवस्थामा जस्तै लकडाउनको अवधिमा पनि पत्रकार र सञ्चारकर्मीले अग्रमोर्चामै रहेर जिम्मेवारी बहन गरिरहेका छन् । सूचना र जानकारीलाई समाचार र कार्यक्रमका रूपमा उत्पादन गर्दा आवश्यक पर्ने सत्य जाँचका क्रममा भेटघाट र अन्तर्वार्ता जस्ता काम गरिरहेका छन् । समाचार संकलन गर्न फिल्डमा गइरहेका छन् ।

यस अवधिमा सरकारले महामारी नियन्त्रणका लागि अघि सारेका कार्यक्रम सञ्चालन भएका ठाउँमा, संक्रमण परीक्षण भएको र कन्ट्याक्ट ट्रेसिङ भएको ठाउँमा पुग्नु समाचारकर्मीको दैनिकी बनेको छ । निषेधाज्ञा लकडाउन जारी भए पनि सरकारले अत्यावश्यक सेवा सञ्चालन गरिरहेको छ । नागरिकहरू दैनिक खाद्यान्न तथा तरकारी किन्न बजार निस्किएकै छन् । खाद्यान्न, पानी, औषधि, कृषिजन्य उत्पादन ढुवानी भइरहेको छ । सुरक्षाकर्मी र राष्ट्रसेवक बाहिर आएकै छन् । यी हरेक ठाउँ र गतिविधिमा पत्रकार सञ्चारकर्मी उपस्थित छन् ।

अहिलेको परिस्थिति जोखिमपूर्ण छ । समाचार संकलनमा जाँदा पत्रकारले आफू पूर्णरूपमा सुरक्षित रहनु पर्छ नै । यो अवस्थामा समाचार संकलन गर्दा आफ्नो स्वास्थ्य सुरक्षालाई पहिलो प्राथमिकता राख्नुपर्छ । आफूलाई जोगाएर परिवार, समाज र देशलाई सुरक्षित रहन सन्देश र सूचना प्रवाह गर्ने दायित्व आम सञ्चारकर्मीको काँधमा छ ।

अहिलेको मुख्य जिम्मेवारी भनेको कोरोना सक्रमण फैलन नदिनु नै हो । यसका लागि सत्य र तथ्यपरक सूचना मात्रै प्रवाह गर्ने, जनचेतना जगाउने काम आमसञ्चार क्षेत्रको हो

। संक्रमणबाट जोगिएजस्तै भाषा र प्रस्तुतिबाट फैलिन सक्ने अफवाह र त्रासमा पनि सञ्चार क्षेत्र संवेदनशील हुनुपर्छ ।

सञ्चारमाध्यमबाट कुनै पनि अफवाहपूर्ण प्रचार वा गलत सूचना प्रवाह भएमा त्यसको प्रभाव कोरोना सक्रमणभन्दा अझ बढी खतरा हुन सक्छ । कहिलेकाही सञ्चारकर्मीलाई प्राप्त पुष्टि हुन बाँकी समाचार वा सञ्चारकर्मीको नियत सफा हुँदाहुँदै पनि बुझाईमा हुने कमजोरीका कारण अतिरञ्जनापूर्ण प्रचार हुन पुग्दछ । यस्तो अवस्थामा तत्काले गल्ती सुधार गर्नु, अफवाहपूर्ण प्रचार भएको रहेछ भने त्यसबारे जनतालाई सूचित गराउनु र आधिकारिक निकाय वा व्यक्तिवाट पुष्टि भएका समाचार सामग्री तथा जनताका जायज आवाजहरू मात्र सार्वजनिक गर्नु सञ्चार कर्मी र सञ्चार माध्यमको दायित्व हो ।

नेपालमा कोरोना सक्रमण देखिए लगत्तै २०७६ चैत्र ८ गते नेपाल पत्रकार महासंघले उपलब्ध केन्द्रीय समितिको बैठक बोलाएर महामारीको जोखिम र सावधानीका विषयमा छलफल गरेको थियो । बैठकले कोरोना संक्रमण सम्बन्धी समाचार सम्प्रेषण गर्दा पत्रकारले ध्यान दिनुपर्ने प्रमुख विषयमा महासंघ सदस्यहरूका लागि विशेष निर्देशन जारी गरेको थियो । ती विषयलाई महामारी नियन्त्रणमा नआउञ्जेल महासंघका सबै सदस्यले स्वःपालना गर्नु पर्दछ । यसै बीचमा रोग र महामारीको विषय जोडेर समुदाय, धर्म, भाषा वा वर्गका मान्छेहरूमाथि लाञ्छना लगाएको भनेर गुनासो पनि आयो । यस्ता विषयमा सञ्चारकर्मीहरू सदैव चनाखो र थप सजग हुनु पर्दछ । कसैमाथि आक्षेप र लाञ्छना लगाउने गरी समाचार सामग्री प्रवाह गर्नु हुँदैन । कोरोना संक्रमण देखिएको व्यक्तिलाई आधार बनाएर ठाउँ, जाति, परिवार तथा पेशाको मान्छेले कोरोना सारेको जस्ता भाषा र विषय प्रकाशन प्रसारण गर्नु गराउनु हुँदैन । यस्ता आरोप वा लाञ्छनाले व्यक्ति वा तिनका परिवारलाई थप मानसिक पीडा हुन्छ । यो जिम्मेवार र मर्यादित पत्रकारिताको मापदण्डबाहिरको कुरा हो ।

जहिले पनि सञ्चारकर्मीको पहिलो धर्म भनेको सत्यतथ्यपूर्ण समाचार सामग्री मात्र प्रवाह गर्नु हो । कोरोना संक्रमणको जटिल अवस्थाले सिर्जना गरेको यो संकटमा त झन् सञ्चारकर्मीले एक पटक मात्र होइन पटक पटक जाँच पडताल र पुष्टि गरेर मात्रै समाचार प्रवाह गर्नु पर्दछ । त्यस्तै सक्रमण फैलन नदिन अपनाउनुपर्ने सावधानीका उपायहरूबारे सविस्तार सामग्री प्रवाह गर्नु पर्दछ । अर्को कुरा यसबेला हामीले प्रवाह गर्ने कोरोना सम्बन्धी समाचार सामग्री आम मानिसले सहजै बुझ्ने गरी सरल र सहज भाषामा प्रवाह गर्नुपर्दछ । समाचारकर्मीले सामाजिक सञ्जालबाट प्रवाह गर्ने सामाग्री पनि आधिकारिक श्रोत र विषयविज्ञहरूबाट पुष्टि भएका सामग्री मात्र हुनुपर्छ । किनभने समाचारमा काम गर्नेलाई जनसाधारणले सामाजिक सञ्चालमा पनि पछ्याइरहेका हुन सक्छन् । ती सामाग्री पढेर पाठकको बुझाइमा नकारात्मकता नआओस् भनेर सचेत हुनुपर्छ ।

समाजमा कोही कसैबाट कुनै पनि खालका अफवाह वा गलत सूचना फैलिएको छ र त्यसबाट जनमानसमा त्रास र आतङ्क सिर्जना भएको छ भने त्यसलाई छिटोभन्दा छिटो कसैले रोक्न सक्छ भने त्यो सञ्चार माध्यम हुन सक्छ । अतः गलत र अफवाहपूर्ण प्रचारलाई चिर्न सञ्चारकर्मीले पहल गर्नु पर्छ । भय, त्रास र आतङ्कले होइन तथ्यले मात्र संक्रमण रोक्न सहयोग पुग्छ । त्यसैले कोरोना संक्रमणका बारेमा सत्य तथ्य समाचार मात्र प्रकाशन, प्रसारण गर्ने र गलत सामग्रीको अफवाहलाई खण्डन गर्ने गरी सूचना सम्प्रेषण गर्ने दायित्व सञ्चारकर्मीकै काँधमा छ । जिम्मेवार पत्रकारिताले जनविश्वास बढ्छ । अन्य व्यक्तिहरूबाट भइरहेका गलत र अफवाहपूर्ण प्रचारको स्वतः खण्डन हुनेछ ।

संक्रमणको यो अवस्थामा सञ्चार माध्यमहरू भनेका जनताका लागि शिक्षालय जस्तै बन्नु पर्दछ । समाजलाई शिक्षा, चेतना र सही सूचना दिने माध्यम बनेका सञ्चार माध्यमबाट सन्देशमूलक सामग्री प्रवाह गर्न राज्यका सम्बन्धित निकायको समेत सहकार्य जरूरी छ । सञ्चार माध्यमहरूमा कोरोना भाइरसबारे प्रशस्त चर्चा गर्ने, यसबाट बच्ने उपायहरूबारे छलफल र बहसहरू चलाउने तथा संक्रमण फैलिएमा अपनाउनु पर्ने सावधानीबारे चेतनामूलक सामग्री प्रवाह भइरहनु पर्दछ ।

भाइरस र यसको संक्रमण तथा संक्रमणले पार्ने असर वैज्ञानिक आधारमा मात्र भन्न सकिने विषय हो । यसकारण वैज्ञानिक तथ्य र तथ्याङ्क बिना हल्लाका आधारमा कोरोना बारे समाचार लेख्नु वा कार्यक्रम उत्पादन गर्नुहुँदैन । यसबेला कोरोना निको बनाउने औषधि भनेर कोही पक्ष विज्ञापन लिएर आउन सक्छ । यस्तो बेला वैज्ञानिक आधार र तथ्य बिना शुल्क लिएर प्रकाशन प्रसारण गरिने सामाग्रीमा पनि सचेत हुनुपर्छ । संक्रमण नियन्त्रण, रोकथाममा काम गर्ने जनता, अग्रमोर्चामा खटिएका स्वास्थ्यकर्मी, सुरक्षाकर्मी, बिरामी, शंकास्पद बिरामी र आफ्नै सहकर्मीहरूको मनोबल र आत्मसम्मानमा आँच पुग्छ कि ? हरेक शब्दमा ख्याल गर्नुपर्छ ।

कोरोना संक्रमण र लकडाउनका कारण नेपालले पनि बहुक्षेत्रमा प्रत्यक्ष रूपमा असर व्यहोरिरहेको छ । यसबाट सञ्चार क्षेत्र पनि नराम्रोसँग थला परेको छ । कोरोना संक्रमणबाट पत्रकारहरू पनि बिरामी परेका छन् । बिरामीमध्ये केही आइसोलेसनको बसाइपछि सामान्य जीवन र पेशामा फर्किएका छन् भने केहीले स्वास्थ्यलाभ गरिरहेका छन् ।

अर्कोतिर कोरोना संक्रमण र लकडाउनको असरबाट गुज्रिरहेका सञ्चार माध्यम र पत्रकारहरूले व्यहोर्नुपरेका क्षति र समस्याहरूबारे विस्तृत अध्ययन हुन बाँकी छ । लकडाउनको अवधिमा पत्रकारको पेशागत र भौतिक सुरक्षा, स्वतन्त्रतापूर्वक समाचार सामग्री संकलन तथा प्रवाह गर्ने वातावरण, सूचनामा सहज पहुँचको अवस्था रहेन । पत्रकारले पाइलैपिच्छे अनेकौ चुनौती र कठिनाइहरू व्यहोर्नु पर्‍यो । अझ सञ्चारगृहबाट पनि पत्रकारहरू नै पीडित बन्नु पर्‍यो । यसबीच धेरैजसो पत्रकारले तलब नपाएको गुनासो गरेका छन् । केही पत्रकारले जागिर

बाट निकालिने अवस्था आएको बताएका छन् । केही पत्रकारले हातमुख जोर्न समस्या भएको बताएका छन् । यस्तो जटिल अवस्थामा सञ्चारकर्मीका समस्या सम्वोधन गर्ने गरी सम्बन्धित मिडिया हाउस, सरकार र सरोकारवाला निकायबाट ठोस पहल हुन सकेको छैन ।

अतः यसमा सम्बन्धित सरोकारावालाहरू र पत्रकार महासंघले पत्रकारका यी समस्या समाधानका लागि संयुक्त वा एकल रूपमा पहल र दबाब बढाउनु आवश्यक छ ।

यस अवधिमा सबै प्रकारका सञ्चारमाध्यमको विज्ञापनमा ९० प्रतिशतसम्म कटौती भएको छ । पत्रपत्रिकाको बिक्री वितरणमा कठिनाई छ । सञ्चार क्षेत्रका लागि कुनै राहत प्याकेज आएको छैन । यसले सञ्चार उद्योग नै धरासायी बन्न सक्ने अवस्था सिर्जना भएको छ । महासंघको पहलपछि फिल्डमा खटिने केही सञ्चारकर्मीहरूको स्वास्थ्य परीक्षण भए पनि पत्रकारले प्रयोग गर्ने सञ्चार साधनमा सहुलियत, लकडाउनले असर गरेका पत्रकारहरूका लागि आवश्यक सामग्रीको उपलब्धता, अप्ठ्यारामा परेका पत्रकाहरूलाई आर्थिक राहत तथा सञ्चार माध्यमहरूलाई सहुलियतलगायतका विषयहरू समेटेर प्याकेजमै सञ्चार क्षेत्रको आत्मबल बढाउने योजना अघि सार्ने बेला आएको छ । यसमा सञ्चार क्षेत्रका समस्या सम्वोधन गरी राज्यले अभिभावकीय भूमिका निर्वाह गरेको अनुभूति दिलाउन सक्नु पर्दछ । यसैगरी तीनै तहका सरकारहरूले कोरोना संक्रमण बढ्न नदिन सबै सञ्चार माध्यमबाट जनचेतनामूलक सन्देश र सूचना प्रवाहका लागि सहकार्य गर्नु जरूरी देखिएको छ ।

यसबाट व्यक्ति, परिवार हुंदै समाज र देशलाई संक्रमणमुक्त बनाउन सहयोग पुग्नेछ । यस्तै परिवेशजन्य कारणबाट हुन सक्ने सम्भावित संक्रमणसँग लड्न सबैमा बल पुग्नेछ ।

(लेखक पत्रकार महासंघका केन्द्रीय अध्यक्ष हुनुहुन्छ ।)

हरेक बुधबार

समय	**कार्यक्रम**
०५:२५- ०५:३०	प्रसारण आरम्भ
०५:३०- ०५:४५	प्रवचन-पूर्वीय दर्शन र आध्यात्म
०५:४५- ०६:००	प्रवचन-बौद्ध दर्शन
०६:००-०६:३०	मेट्रो हालखवर (समाचार) -राष्ट्रिय मुख्य समाचार
०६:३०-०७:००	मन्थन (बिषय बिश्लेषण)- आर्थिक/सामाजिक/राजनीतिक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	डबली-समाचार र घटना बिश्लेषण
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल बुखँ-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:१५	नेपाल मण्डल दबू-अन्तर्वार्ता
०८:१५-०८:४५	नेवा: जनसरोकार - विचारमुलक कार्यक्रम
०८:४५-०९:००	स्वदेश / राष्ट्रिय गान जागरण
०९:००-०९:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १
०९:३०-१०:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा २
१०:००-११:००	मेट्रो धम्प तछ्या-सामान्य ज्ञानमा आधारित
११:००-११:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ३
११:३०-१२:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ४
१२:००-१२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ५

समय	**कार्यक्रम**
१२:३०-०१:००	अंग्रेजी गीतको कार्यक्रम- मनोरञ्जनात्मक
०१:००-०२:००	स्वर संगीत-हिन्दी गीतमा आधारित
०२:००-०२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ६
०२:३०-०३:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ७
०३:००-०३:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ८
०३:३०-०३:४५	नेपाली पुराना गीतहरु-मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०३:४५-०४:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०४:००-०४:४०	रेडियो शिक्षा -कक्षा ९
०४:४०-०५:००	लोक गीतहरु -मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०५:००-०५:४०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १०
०५:४५-०६:००	मेट्रो हालखवर-समाचार
०६:००-०६:३०	तामाङ् भाषाको कार्यक्रम-नाङ्साल
०६:३०-०७:००	महानगर गतिविधि-समाचार/जानकारीमुलक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	संवाद -समसामयिक अन्तर्वार्ता
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:४५	स्वनिग: दुने- जानकारी/सूचनामुलक
०८:४५-०९:००	शास्त्रीय बादन र गायनमा आधारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०९:००-१०:००	भावना-सूचना र मनोरञ्जनात्मक

एकातिर गोपनीयताको हकको सम्मान र संरक्षणको नाममा पारदर्शी व्यवस्था र सुशासनका सकारात्मक पक्षहरूलाई ओझेल पार्न सकिँदैन भने अर्कोतिर सूचनाको हक वा अनुसन्धानको नाममा गोपनीयताको हकलाई समाप्त गर्न सकिँदैन ।

वसन्त आचार्य

गोपनीयताको हक र सूचनाको हक प्रतिस्पर्धी होइन परिपुरक हो

सूचनाको हक

प्रत्येक नागरिकलाई आफ्नो वा सार्वजनिक सरोकारको कुनै पनि विषयको सूचना माग्ने र पाउने हक हुनेछ तर कानुन बमोजिम गोप्य राख्नुपर्ने सूचनाको जानकारी दिन कसैलाई बाध्य पारिने छैन । सूचनाको सम्बन्ध मानव जिज्ञासासँग रहेको हुन्छ । जिज्ञासा त्यस्तो विषय हो, जसका बारेमा जिज्ञासुलाई केही थाहा हुँदैन तर ऊ थाहा पाउन चाहन्छ । त्यसैले सूचनालाई अर्को शब्दमा मानव जिज्ञासाको सम्बोधन हो पनि भनिन्छ । मानिस स्वभावैले जिज्ञासु हुन्छ, नयाँ नयाँ ज्ञान प्राप्त गर्ने र आफूलाई परेको समस्याको समाधान खोज्ने प्रवृत्तिको हुन्छ । यी दुवै नयाँ ज्ञान प्राप्त गर्ने होस् वा समस्याको समाधान खोज्ने माध्यम नै किन नहोस्, सम्बन्धित विषयमा सूचना प्राप्त गर्नु नै पहिलो कडी हुन्छ ।

सूचनाको हक सम्बन्धी ऐन, २०६४ ले 'सार्वजनिक निकायबाट सम्पादन हुने वा भएको सार्वजनिक महत्वको काम, तत्सम्बन्धी कारवाही वा निर्णयसँग सम्बन्धित कुनै लिखत, सामग्री वा जानकारी सम्झनुपर्छ' भनेर सूचनाको परिभाषा गरेको छ । यस परिभाषा अनुसार सूचनाहरू कार्यालय सम्बद्ध हुन्छन् भन्ने देखिन्छ । यस्तो सूचनामाथि सरोकारवालाको सहज पहुँच हुनु नै सूचनाको हक हो । सूचना प्राप्त गर्ने, त्यसको अध्ययन गर्ने र उपयोग गर्ने अधिकार नै वास्तवमा सूचनाको हक हो । सार्वजनिक निकायमा रहेको सूचना माग्ने हक व्यक्तिमा हुन्छ तर व्यक्तिको व्यक्तिगत सूचना माग्ने हक कुनै व्यक्तिसँग हुँदैन भन्ने स्पष्ट छ ।

सूचनाको हकलाई संविधानमा मौलिक हकका रूपमा व्यवस्था गरिएको छ । यसबाट प्रत्येक नेपाली नागरिकलाई आफ्नो र सार्वजनिक सरोकारको विषयमा सूचना माग्ने र पाउने अधिकार सुनिश्चित छ । सूचना पाउने सार्वभौम अधिकारको प्रयोग नागरिकले सम्मानित ढंगले गर्न पाउनु पर्ने मान्यता छ । अन्ततोगत्वा राज्य, कानुन, शासन, प्रशासन र प्रशासनिक निकायहरूको गठन वा प्रयोग नागरिककै भलाईका लागि गरिएको हो । नागरिकको मतले नागरिककै अधिकारको प्रयोग नागरिककै हितमा गर्ने शासकीय पद्धति नै लोकतन्त्र हो । लोकतन्त्रमा सूचनाको हक महत्वपूर्ण मानिन्छ । यसबाट मात्र शासनलाई न्यायिक, जवाफदेही, सुशासनयुक्त, सहभागितामूलक, पारदर्शी र स्वतन्त्रता उन्मुख बनाउन सकिन्छ । सूचनाको हककै कारण आधुनिक राजनीतिक, प्रशासनिक र सामाजिक व्यवस्था जिम्मेवार र जनउत्तरदायी बन्दै गइरहेको छ । लोकतन्त्रमा जनतालाई सूचनाको हक हुनु भनेको शासनका अंगहरू प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा जनताको नियन्त्रणमा रहनु हो । त्यसैले सूचनालाई लोकतन्त्रको प्राणवायु पनि भनिन्छ ।

गोपनीयताको हक के हो ?

गोपनीयताको हक व्यक्तिको नैसर्गिक हक (Inherent Right) हो । यसले व्यक्तिलाई एक्लै रहन पाउने अधिकार

(Right to be let alone) प्रदान गर्दछ । यसलाई व्यक्तिको एकान्तको अधिकार पनि भनिन्छ । गोपनीयताको अधिकार प्रयोग गर्दा अन्य व्यक्तिलाई हानी पुगेको भने हुनुहुँदैन । कसैको व्यक्तिगत जीवनमा राज्य पक्ष वा अन्य कुनै व्यक्तिले बिनाकारण चासो राख्नु उपयुक्त हुँदैन भन्ने संवेदनशीलतामा गोपनीयताको हक (Right to Privacy) को जन्म भएको हो । आफ्नो निजी गतिविधि अरूको सूचनाको वा सरोकारको विषय बन्न सक्दैन । त्यस्ता निजी मामिलाहरूको विषय नै गोपनीयताको हकका विषयहरू बन्ने गरेको देखिन्छ ।

प्रचलित कानुनमा गोपनीयताको हक

आफ्नो जीउ, आवास, सम्पत्ति, लिखत, पत्राचार वा सूचनाको रक्षा गर्ने वा गोप्य राख्ने अधिकार र स्वतन्त्रता प्रत्येक नागरिकलाई हुनेछ । यस व्यवस्थाले गोपनीयताको हकलाई स्पष्ट र अकाट्य बनाएको देखिन्छ । संहिताको उल्लेखित व्यवस्थाले संविधानमा गोपनीयताको हकअन्तर्गत रहेको तथ्याङ्क र चरित्रको विषयलाई भने छुटाएको देखिन्छ । व्यक्तिगत तथ्यांक र चरित्र सम्बद्ध विषयसमेत गोपनीयताको महत्वपूर्ण विषयहरू हुन् । संहितामा कानुनबमोजिम बाहेक कसैले सम्बन्धित व्यक्तिको मञ्जुरी नलिई देहायका काम कुरा गरेमा गोपनीयताको अधिकार अतिक्रमण भएको मानिने उल्लेख छ –

क) कुनै व्यक्तिको वासस्थानमा प्रवेश गरेमा

ख) कसैको चिठीपत्र खोलेमा वा त्यसको प्रयोग गरेमा, टेलिफोन वा अन्य प्रविधिको माध्यमबाट भएको कुराकानी, बोली, ध्वनीको टेप वा रेकर्ड गरेमा वा सुनेमा,

ग) कुनै व्यक्तिको निजी जीवनको व्यवहार, आचरणको चियोचर्चा, प्रकाशन, प्रसारण वा प्रचार गरेमा

घ) कसैको आकृति वा तस्विर खिचेमा

ङ) अरूको नाम, आकृति, तस्विर वा आवाजको नक्कल गरी सार्वजनिक गरेमा

तर खण्ड (घ) वा (ङ) को हकमा साहित्यिक वा कलात्मक प्रयोजन वा सार्वजनिक हितका लागि गरेको भए गोपनीयताको अधिकार अतिक्रमण नहुने व्यवस्था पनि सोही दफाले गरेको छ ।

मुलुकी अपराध संहिताले समेत गोपनीयता विरुद्धका कसुर सम्बन्धी व्यवस्था गरेको छ । यसअन्तर्गत मूलतः गोपनीयताको हक विरुद्धका कसुरमा हुने सजाय सम्बन्धी व्यवस्थाहरू निम्न रहेका छन् –

क्र.सं	कसुर	सजाय
१.	अनुमति वा मञ्जुरी बिना अर्काको कुरा सुनेमा वा ध्वनी अङ्कन गरेमा । (सार्वजनिक रूपमा गरिएको भाषण वा वक्तव्य बाहेक)	२ वर्षसम्म कैद वा २० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
२.	कानुनले बाध्य गराएको वा अनुमति प्राप्त भएको अवस्थामा बाहेक अरूको गोप्य कुरा प्रकट गरेमा ।	१ वर्षसम्म कैद वा १० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
३.	क) अनुमति बिना कुनै व्यक्तिको तस्विर खिचेमा वा तस्विरको स्वरूप बिगारेमा ।	ख) एकको तस्विरको केही भाग अर्को व्यक्तिको अर्को भागसँग राखी वा अन्य कुनै किसिमले विकृत रूपको तस्विर बनाए वा प्रकाशन गरेमा ।
	क) १ वर्षसम्म कैद वा १० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।	ख) २ वर्षसम्म कैद वा २० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
४.	अनुमति बिना एकको तस्विर अरूलाई दिएमा वा बिक्री गरेमा ।	३ वर्षसम्म कैद वा ३० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
५.	अधिकार प्राप्त अधिकारी वा सम्बन्धित व्यक्तिको अनुमति बिना चिठी खोलेमा वा टेलिफोनमा गरेको कुरा सुनेमा ।	२ वर्षसम्म कैद वा २० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
६.	विद्युतीय माध्यमद्वारा गोपनीयता भङ्ग गरेमा ।	२ वर्षसम्म कैद वा २० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
७.	छलकपटपूर्ण टेलिफोन वा सन्देश प्रवाह गरेमा ।	२ वर्षसम्म कैद वा २० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
८.	हैरान पार्ने बदनियतले चिठीपत्र लेखेमा ।	१ वर्षसम्म कैद वा १० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
९.	कानुन बमोजिम अधिकार प्राप्त अधिकारीले बाहेक अरूको सरीर खानतलासी गरेमा ।	१ वर्षसम्म कैद वा १० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।
१०.	कानुनबमोजिम अधिकार प्राप्त अधिकारीबाहेक बिना स्वीकृति अरूको आवासमा अनधिकृत प्रवेश गरेमा ।	३ वर्षसम्म कैद वा ३० हजार रूपैयाँसम्म जरिवाना वा दुवै ।

सूचनाको हक सम्बन्धी ऐन, २०६४ ले समेत गोपनीयताको हक सम्बन्धी व्यवस्था गरेको छ । प्रत्येक नेपाली नागरिकलाई उक्त ऐनको अधिनमा रही सूचनाको हक हुनेछ र सार्वजनिक निकायमा रहेको सूचनामा पहुँच हुने व्यवस्था छ तर देहायका विषय सम्बन्धी सूचना भने प्रवाह नगरिने ऐनले व्यवस्था रहेको देखिन्छ ।[६]

क) नेपालको सार्वभौमसत्ता, अखण्डता, राष्ट्रिय सुरक्षा, सार्वजनिक शान्ति सुव्यवस्था वा अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्धमा गम्भीर खलल पार्ने,

ख) अपराधको अनुसन्धान, तहकिकात तथा अभियोजनमा प्रत्यक्ष असर पार्ने

ग) आर्थिक, व्यापारिक तथा मौद्रिक हित वा बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण वा बैङ्किङ वा व्यापारिक गोपनीयतामा गम्भीर आघात पार्ने,

घ) विभिन्न जातजाति वा सम्प्रदायबीचको सुसम्बन्धमा प्रत्यक्ष रूपमा खलल पार्ने,

ङ) व्यक्तिगत गोपनीयता र व्यक्तिको जीउ, ज्यान, सम्पत्ति, स्वास्थ्य वा सुरक्षामा खतरा पुऱ्याउने ।

मिडियाको हकमा :

सूचनाको हक वा गोपनीयताको हकको दैनन्दिन प्रचलन गराउने प्रमुख क्षेत्र वा माध्यम भनेको मिडिया हो । मिडियाको दैनिक काम कारवाहीमा यी हकहरू बढी सम्बन्धित छन् । सञ्चार जगतमा काम गर्ने व्यक्तिहरू सत्यतथ्यमा आधारित भई कार्य गर्दा यी दुवै हकअधिकार कस-कसको हकमा कसरी प्रयोग हुन्छ भन्ने कुरामा स्पष्ट हुनुपर्दछ । नेपालको संविधान तथा कानुनले सूचनाको हक नेपाली नागरिकलाई मात्र उपलब्ध छ । कुनै संघ संस्था, निकाय वा कानुनी व्यक्ति र गैरनागरिक व्यक्तिलाई सूचना माग्ने र प्राप्त गर्ने हक रहेको देखिँदैन ।

कुनै पत्रिकामा प्रकाशित सामग्रीले कसैको मान प्रतिष्ठा र ख्यातीमा आँच आएमा सोको उचित क्षतिपूर्ति तिर्नु बुझाउनु पर्ने नै हुन्छ । सञ्चार अति संवेदनशील व्यवसाय हो । यसले जनताको सुसूचित हुने अधिकारलाई सुनिश्चित गर्दछ । गोपनीयताको हक व्यक्तिको नितान्त गोप्य र नैसर्गिक अधिकार हो । व्यक्तिको निजी कामकारवाही र गतिविधिहरूमा अनावश्यक रूपमा सरकार तथा तेस्रो पक्षबाट हस्तक्षेप नहुने प्रत्याभूति आधुनिक युगको गोपनीयताको हकको मुख्य उद्देश्य र विषय हो । पत्रपत्रिकालगायत आमसञ्चारका माध्यमहरूले गोपनीयताको हकको यथोचित सम्मान गर्ने तथा हस्तक्षेप नगर्ने कार्यनीति अवलम्वन गर्नु पर्दछ । सूचनाको हक प्रयोग गर्दासमेत नेपाली नागरिकको हैसियतले आफ्नो वा सार्वजनिक सरोकारको विषयमा मात्र सीमित भई प्रयोग गर्न झनै सचेत हुनुपर्ने देखिन्छ ।

मिडियाले प्रसारण गर्ने सामग्रीविरुद्ध व्यक्तिगत अधिकार, मिडिया स्वतन्त्रता विरुद्ध गोपनीयताको कुरामा कसरी सीमा तयार गर्ने भन्ने प्रसङ्गमा सन् १९९४ मा बेलायत राष्ट्रिय पत्रकार यूनियनले स्वीकार गरेको आचारसंहितामा पनि गोपनीयता सम्बन्धी कुराहरू उल्लेख गरिएको छ । त्यसमा सूचना, तस्विर र रेखाचित्रहरूको प्रस्तुती सिधा एवं स्पष्टताको माध्यमबाट गर्नुपर्ने कुरा उल्लेख छ । जनचासोको विषयलाई जोडदार प्रस्तुत गर्ने नाममा पत्रकारले अरूलाई दुःख र पीडा हुने कुरा गर्न नहुने, हरेक पत्रकारले सूचनाको गोप्य स्रोतलाई संरक्षण गर्नुपर्ने लगायतका कुराहरू सो आचारसंहितामा उल्लेख गरिएको छ । गोपनीयताको हक व्यक्तिलाई प्राप्त हुने हक हो । यसको संरक्षण गर्न सबभन्दा बढी जिम्मेवार सञ्चार जगत, अनुसन्धान निकाय र व्यक्तिगत सूचना अध्यावधिक गर्ने सरकारी निकायको हुने गर्दछ ।

निचोड

यो चर्चाबाट सूचनाको हकमा केही बन्देजहरू वा सीमाहरू रहेको स्पष्ट हुन सकिन्छ । सूचनाको हकको सीमा भन्नु नै गोपनीयताको हकको सुनिश्चितता गर्नु हो । एकातिर गोपनीयताको हकको सम्मान र संरक्षणको नाममा पारदर्शी व्यवस्था, सुशासन र खुला तथ्याङ्कको सकारात्मक पक्षहरूलाई ओझेल पार्न सकिँदैन भने अर्कोतिर सूचनाको हक वा अनुसन्धानको नाममा गोपनीयताको हकलाई समाप्त गर्न सकिँदैन । यी दुई हक सम्बन्धी सिद्धान्त, कानुन, अभ्यास र सीमाको आदर्श र बन्देजलाई आत्मसात गरी प्रयोग गरिंदा सूचनाको हक र गोपनीयताको हक एकआपसमा प्रतिस्पर्धी, प्रतिद्वन्द्वी वा विरोधी नभई परिपुरक हुन् । यस निष्कर्षबाट निर्देशित भई दुवै हकको प्रचलन गराउन सम्भव मात्रै होइन अनिवार्य हुन्छ ।

(लेखक काठमाडौं महानगरका निर्देशक/न्याय प्रशासक हुनुहुन्छ ।)

फेसबूक तथा ट्वीटर जस्ता सामाजिक सञ्जालमा उपस्थिति जनाएका कतिपय स्थानीय सरकार ती चौतारीमा आफ्नो निरन्तर उपस्थितिलाई कायम राख्नबाट चुकेका देखिन्छन् ।

पुष्कर माथेमा

स्थानीय सरकार र सञ्चार माध्यम

स्थानीय सरकार र सञ्चार माध्यमबीच एउटा स्पष्ट समानता छ - दुवैको ध्येय सुशासन स्थापना हो । जनतालाई शासन व्यवस्थामा आफ्नो उपस्थितिको अनुभूति दिलाउने सन्दर्भमा स्थानीय सरकार लोकतन्त्रकै आधारस्तम्भ हो भने सञ्चार माध्यम लोकतन्त्रको पहरेदार ।

लोकतन्त्रको प्राथमिक अनुभूति दिने राजनैतिक संयन्त्रका रूपमा रहेको स्थानीय सरकारबाटै लोकतान्त्रिक संस्कृति अङकुरित हुन्छ । स्थानीय जनतासँग प्रत्यक्ष र निकट सम्पर्कमा बस्न पाउनु स्थानीय सरकारका लागि अतुलनीय लाभ हो भने आफ्ना कुरालाई यथार्थ एवं व्यावहारिक रूपमा बुझ्ने प्रतिनिधिका रूपमा स्थानीय सरकार पाउनु स्थानीय जनताका लागि लोकतन्त्रको उपहार हो । स्थानीय सरकारलाई आफ्नो कर्तव्यप्रति सजग राख्ने, सुशासन कायम गर्नका लागि सचेत बनाउने, पारदर्शिताप्रति जागरुक बनाउने, स्थानीय जनताका समस्यालाई सम्बोधन गर्न उत्प्रेरित गर्ने तथा शासनमा सम्मानपूर्ण जनसहभागिताका लागि घच्घच्याउने भूमिका भने सञ्चार माध्यमले निर्वाह गरिरहेको हुन्छ । त्यसैले स्थानीय सरकार र सञ्चार माध्यमबीचको सम्बन्ध निकै गहकिलो र संवेदनशील हुन्छ ।

स्थानीय सरकारका लागि सूचना प्रवाहको प्राथमिक माध्यम स्थानीय सञ्चार नै भएकोले यसलाई प्रभावकारी रूपमा परिचालन गर्न सकिएमा स्थानीय सरकारमा जनसहभागिताका लागि सञ्चार माध्यम एउटा राम्रो संयन्त्र हुन सक्छ, स्थानीय सरकारको कार्यसम्पादनको पहरेदार मात्र नभई जिम्मेवारीपूर्ण भूमिका निर्वाहका लागि मार्गदर्शक पनि बन्न सक्छ । संविधानले नै जनताको सुसूचित हुने अधिकारलाई प्रत्याभूत गरेको वर्तमान सन्दर्भमा सञ्चार माध्यमलाई उपेक्षा गरेर स्थानीय सरकार अगाडि बढ्ने कल्पनासम्म पनि गर्न सकिँदैन । पारदर्शिता, मानव अधिकार, कानुनको शासन, जनसहभागिता जस्ता लोकतान्त्रिक मान्यताको प्रत्याभूति स्वतन्त्र, निष्पक्ष तथा तथ्यमा आधारित सञ्चार अभ्यासबाट मात्र हुनसक्छ । स्थानीय सरकार स्थानीय जनताका राजनैतिक प्रतिनिधि हुन् भने सञ्चार माध्यम अभिव्यक्तिको माध्यम । त्यसैले सञ्चार माध्यमसँगको दूरीले स्थानीय सरकारलाई जनताबाट पनि टाढा राख्नुका साथै शङ्का र अस्पष्टताको वातावरणलाई प्रश्रय दिन्छ ।

सामान्यतया शासकीय निकाय र सञ्चार माध्यमबीच अन्तरविरोधात्मक सम्बन्ध रहने गर्दछ । शासकीय निकाय सञ्चार माध्यमबाट प्रशंसाको वर्षा चाहन्छ तर सञ्चार माध्यम आलोचनात्मक हुने गर्दछ । यो अन्तरलाई निकटतामा परिवर्तन गर्नु नै स्थानीय सरकारको चुनौती हो । सञ्चार माध्यम आफैमा स्वतन्त्र अस्तित्व भएको र संविधानले पनि पूर्ण स्वतन्त्रता प्रत्याभूत गरेको सामाजिक अङ्ग भएकोले यसमाथि नियन्त्रण गर्न खोज्नु वा आफूले भनेजस्तो चलोस् भन्ने चाहना राख्नु आफैमा प्रत्युत्पादक हुन्छ । त्यसैले सहकार्यको सम्भावनालाई विस्तार

गर्नुमा नै दुवैको हित निहित हुन्छ ।

भ्रष्टाचार, सेवाप्रवाहमा भइरहेका सुस्तता वा अप्रभावकारिता, विकास निर्माण कार्यमा भइरहेका ढिलाइ वा गुणस्तरीयतामा कमी जस्ता कमी कमजोरीमा सञ्चार माध्यमले गराएको ध्यानाकर्षणले स्थानीय सरकारलाई कमजोर बनाउने नभई त्यसको कार्यसम्पादनमा सुधार गर्न र गलत तत्वबाट सजग रहन नै मद्दत पुग्छ । तसर्थ स्थानीय सरकारले सदैव सञ्चार माध्यमसँग सुसम्बन्ध कायम गर्ने, नियमित संवादको वातावरण सिर्जना गर्ने, सही सूचना सम्प्रेषणका लागि निरन्तर सहयोग उपलब्ध गराउने तथा सञ्चार माध्यममा आएका विचारलाई सम्मान गर्ने अभ्यास विकास गर्नुपर्दछ ।

अत्याधुनिक सूचना तथा सञ्चार प्रविधिका कारण आजको युगमा जनतासँग निरन्तर सम्पर्कमा रहने कार्य सहज र सरल बनेको छ । नियमित सम्पर्क नै विश्वासमा आधारित सम्बन्धको माध्यम हो । स्थानीय जनतालाई उनीहरूको आवाज सुन्ने कोही छ, उनीहरूको आवश्यकताप्रति चासो राख्ने कोही छ र उनीहरूको वास्तविक प्रतिनिधित्व गर्ने कोही छ भन्ने विश्वास जगाउने सशक्त माध्यम सञ्चार नै हो । सूचना तथा सञ्चार प्रविधि क्षेत्रमा हासिल अभूतपूर्व प्रगतिका कारण जनतासँग संवाद सुचारु गर्नका लागि स्थानीय निकायसमक्ष थुप्रै विकल्प उपलब्ध छन् । स्थानीय जनताका यथार्थ आवश्यकताको धरातलमा आधारित बुद्धिमत्तापूर्ण र दूरदृष्टियुक्त सञ्चार रणनीतिका आधारमा बजारमा उपलब्ध छापा, रेडियो, टीभी, अनलाइन जस्ता आम सञ्चार माध्यमलाई सार्वजनिक सूचना सम्प्रेषणका लागि परिचालन गर्न सकिन्छ भने अनलाइन पोर्टल, सामाजिक सञ्जाल, मोबाइल एप जस्ता स्वउत्पादित सञ्चार माध्यम पनि प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

सूचना तथा सञ्चार प्रविधिको अत्याधुनिक उत्पादनका रूपमा देखिएको सामाजिक सञ्जालले परम्परागत सञ्चार माध्यमलाई उछिन्ने लक्षण देखिन थालिसकेको छ । तुलनात्मक रूपमा कम समय, श्रम र साधनस्रोतको सहयोगमा जन अभिरुचिका सञ्चार सामग्री लक्षित वर्ग (पाठक/स्रोता/दर्शक) सम्म सम्प्रेषण गर्न सकिने सुविधाका कारण सामाजिक सञ्जाल नयाँ पुस्ताका सञ्चारकर्मीबीच आकर्षक माध्यम बनेको छ भने नविनतम जानकारीका भोका जनसाधारण पनि आफ्ना सूचनाको भोक तृप्तिका लागि सामाजिक सञ्जालप्रति निर्भर हुने क्रम बढ्न थालेको छ ।

वर्तमान युगमा आफ्ना सेवाग्राहीसँग निरन्तर र जीवन्त सम्पर्कमा रहनका लागि स्थानीय सरकारले आफ्नो उपस्थिति मूलधारका सञ्चार माध्यममात्र नभई सामाजिक सञ्जालमा पनि सशक्त रूपमा जनाउनु अपरिहार्य भइसकेको छ । सामाजिक सञ्जालमा उपलब्ध सुविधाहरूका कारण लक्षित वर्गसम्म तत्काल सम्पर्क स्थापना गर्न तथा अद्यावधिक सूचना सम्प्रेषण गर्न मात्र नभई दोहोरो संवादको अभ्यास निर्वाह गर्न समेत सहज भएको छ । संस्थागत सञ्चार संस्कृतिको एक अभिन्न अङ्गका रूपमा स्थापित भइसकेको अनलाइन सञ्चारबिना सिङ्गो सञ्चार प्रणाली नै अपूरो हुने अवस्था सिर्जना भइसकेको छ । सर्वसुलभ इण्टरनेटका माध्यमबाट सञ्चालित हुने आफ्नै वेब पोर्टल तथा फेसबूक खाता, ट्वीटर ह्याण्डल एवं यूट्यूब जस्ता सामाजिक सञ्जालको सहयोगमा स्थानीय सरकारले आफ्नो सूचना प्रवाहको गतिशीलता तथा प्रभावकारितामा उल्लेख्य अभिवृद्धि गर्न सक्दछ । आफ्ना जानकारी सम्प्रेषण गर्न मात्र नभई आफ्नो योजना, कार्यक्रम, कार्यसम्पादनबारे सेवाग्राहीको प्रतिक्रिया प्राप्त गर्न, मत सर्वेक्षण गर्न तथा उनीहरूका आवश्यकता एवं विचार सङ्कलन गर्ने कार्य पनि यसको माध्यमबाट सहजतापूर्वक सम्पन्न गर्न सकिन्छ ।

सूचना प्रविधिमा सहज पहुँच नभएका केही स्थानीय सरकारबाहेक अधिकांशले आफ्नै वेब पोर्टल निर्माण त गरेका छन् तर ती चौतारीमा आफ्ना सूचना अद्यावधिक गर्ने तथा जनतालाई आवश्यक पर्ने किसिमका सूचना सामग्री थप्दै जाने दिशामा भने त्यति चासो राखिएको पाइँदैन । फेसबूक तथा ट्वीटर जस्ता सामाजिक सञ्जालमा उपस्थिति जनाएका कतिपय स्थानीय सरकार ती चौतारीमा आफ्नो निरन्तर उपस्थितिलाई कायम राख्नबाट चुकेका देखिन्छन् । अनलाइन सञ्चार माध्यममा प्रयोग हुने भाषा शैली तथा प्रस्तुति छापा माध्यममा प्रयोग गरिने शैलीभन्दा भिन्न हुन्छ भन्ने चेतको अभावका कारण पनि सामग्रीको प्रभावकारिता पातलो हुने गरेको पाइन्छ । माल पाएर पनि चाल नपाएको विडम्बनाबाट बच्नका लागि अनलाइन सञ्चार माध्यमको प्रयोग गरिरहेका स्थानीय सरकारले अनलाइन सञ्चार माध्यम सञ्चालनका क्रममा नियमित एवं सक्रिय उपस्थिति, भाषा, साजसज्जा तथा प्रस्तुतिका दृष्टिकोणबाट स्तरीय सञ्चार सामग्रीको उत्पादन, सेवाग्राहीका लागि सहज पहुँच जस्ता आयाममा ध्यान पुऱ्याउन सके प्रभावकारी सञ्चारसम्बन्धी उद्देश्य हासिल गर्न निकै सहयोग पुग्ने देखिन्छ ।

स्थानीय सरकारमा सुशासनको अभ्यास सबलीकरण गर्ने सन्दर्भमा सञ्चार माध्यमले सशक्त योगदान गर्नसक्ने तथ्य आफ्नो स्थानमा छँदैछ, स्वस्थ, सन्तुलित तथा सशक्त सञ्चार अभ्यासको विकासमा पनि स्थानीय सरकारले अहम् भूमिका निर्वाह गर्नसक्दछ । यस सन्दर्भमा स्थानीय सरकारले आफ्नो स्थानीय चरित्र अनुरूप सामुदायिक सञ्चार संस्कृतिको विकासलाई प्राथमिकतामा राख्नु उपलब्धिमूलक हुनसक्छ । सञ्चार क्षेत्रमा ठुला लगानीको उपस्थितिका कारण मूलधार पत्रकारिताका नाममा ठूला सञ्चारगृहको दबदबा कायम भएबाट स्थानीय सञ्चार पहलहरू अस्तित्व जोगाउने सङ्कटबाट गुज्रिरहेका छन् भने सामुदायिक सञ्चार अभ्यास झन् ओझेलमा परेका छन् ।

स्थानीय महत्वका मुद्दाहरूले मूलधारका सञ्चार माध्यममा विरलै स्थान पाउने गरेका हुन्छन् । स्थानीय वासिन्दाका लागि आफ्नो सेरोफेरोका विषय नै सबैभन्दा बढी सरोकारयुक्त हुन्छन् । सञ्चार सामग्रीका लागि विषयवस्तु छनोट गर्दा अपनाइने निकटताको सिद्धान्तले पनि यही भन्छ। राष्ट्रिय मुद्दाको

विशालताले भने ती मुद्दा प्रायः ओझेलमा नै परिरहेका हुन्छन् । स्थानीय चासो सुन्नु, स्थानीय समस्या र आवश्यकतालाई अनुभूत गर्नु, स्थानीय आवाजप्रति सम्मान गर्नु तथा स्थानीय मुद्दा पहिचान गरी तिनीहरूलाई सम्बोधन गर्नु नै स्थानीय सरकारको प्राथमिकता हो । यिनै जानकारीका आधारमा योजना एवं कार्यक्रम तर्जुमा गर्नु तथा कार्यान्वयन गर्नुमै स्थानीय सरकारको सार्थकता निहित रहन्छ र यो कार्य सामुदायिक सञ्चार पहलबाट सर्वाधिक प्रभावकारी हुनसक्छ ।

सामुदायिक सञ्चार पहलका रूपमा स्थानीय सरकारले विद्यालयहरूमा भित्तेपत्रिका प्रकाशन, वडाहरूमा सार्वजनिक सूचना पाटीको व्यवस्था तथा वडास्तरीय आवधिक पत्रिका प्रकाशन, सामाजिक सञ्जालमा स्थानीय सरोकार समूहहरूको गठन जस्ता पहलहरू प्रवर्द्धन गर्न सक्दछ । यस्ता कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्न आवश्यक जनशक्ति स्थानीय स्तरमै निर्माण गर्नुपर्दछ । यसका लागि स्थानीय सरकारले स्थानीय बालबालिका तथा युवा वर्गलाई सञ्चार सीप उपलब्ध गराउन आवश्यक प्रशिक्षणको व्यवस्था गर्नुका साथै बीज पुँजीको पनि व्यवस्था गरिदिनुपर्दछ ।

शासन प्रणालीको सबैभन्दा तल्लो तह वडाबाट जनताको वास्तविक सरोकारमा केन्द्रित स्वस्थ र गुणस्तरीय सञ्चार अभ्यासको थालनी गर्दा दीर्घकालमा त्यसको प्रभाव राष्ट्रियस्तरको पत्रकारिताको गुणात्मक विकासमा समेत प्रतिविम्बित हुनसक्छ । यति मात्र नभई स्थानीय सरकारबाट स्थानीय सञ्चार माध्यमको विकास तथा सुदृढीकरणका लागि गरिने लगानीबाट स्थानीय भाषा, संस्कृति, सम्पदा तथा व्यावसायिकताको विकास तथा संरक्षणमा पनि ठोस सघाउ पुग्ने तथ्यलाई बिर्सन सकिँदैन । यस पहलबाट हुने प्रत्यक्ष तथा तात्कालिक उपलब्धिका रूपमा स्थानीय सरकार र स्थानीय जनताबीच सम्बन्ध र सम्पर्क विस्तार हुने, स्थानीय सरकारमा जनसहभागिता बढ्ने, जनताको वास्तविक समस्याबारे जानकारी प्राप्त हुने तथा ती समस्याको सम्बोधनमा केन्द्रित कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्न सकिने तथा स्थानीय जनताको मतबाट निर्वाचित जनप्रतिनिधिहरूको कार्यसम्पादनको पहरेदारी गर्ने सजग समुदाय निर्माण हुने जस्ता सकारात्मक प्रतिफलहरू त छँदैछन् ।

स्थानीय सरकारबाट भइरहेका सञ्चारसम्बन्धी पहलका सन्दर्भमा काठमाडौं महानगरपालिकाले अपनाउँदै आएको संलग्नतालाई एउटा उदाहरणकै रूपमा लिन सकिन्छ । श्रव्य सञ्चार माध्यमका रूपमा यस स्थानीय सरकारबाट सञ्चालन भइरहेको मेट्रो एफएमले त आफ्नो निरन्तरताको २१औं वार्षिकोत्सव नै मनाउन लागेको छ भने मुखपत्रका रूपमा निस्कँदै रोकिँदै गरेको प्रकाशन 'महानगर' बुलेटिनले पुनः निरन्तरता पाउन थालेको छ । 'हाम्रो काठमाडौं' नामक श्रव्यदृश्य पत्रिकाको उत्पादन तथा प्रशारण पनि हुँदै आएको छ । यसैगरी यसको आफ्नै वेब पार्टल, फेसबुक खाता तथा ट्वीटर ह्याण्डल पनि अस्तित्वमा छ । साथै महानगर दिवसका अवसरमा हरेक वर्ष शहरी पत्रकारितामा संलग्न १० जना सञ्चारकर्मीहरूलाई पुरस्कृत गर्ने परम्परा बसालेर सञ्चारकर्मलाई सम्मान पनि गर्दै आएको छ । सञ्चार क्षेत्रमा उपस्थिति जनाउनुलाई नै उपलब्धि मान्नु भने सही नहुन सक्छ, त्यो उपस्थिति जनताको आवश्यकता अनुकूल, अर्थपूर्ण, प्रभावकारी र प्रतिफलमूलक हुनु पनि उत्तिकै आवश्यक हुन्छ ।

जनतालाई वास्तविक सङ्घीय लोकतन्त्र र सुशासनको अनुभूति गराउनु नै स्थानीय सरकार र सञ्चार क्षेत्र दुवैको साझा अभिष्ट हो र यसको प्राप्ति आपसी सहकार्यबाट मात्रै सम्भव हुन्छ । सञ्चार क्षेत्रले आफ्नो धर्मनिर्वाहका क्रममा बेला बेलामा गर्ने आलोचनालाई नकारात्मक रूपमा नलिई मार्गदर्शनका रूपमा आत्मसात् गर्नुका साथै सञ्चार क्षेत्रले खोजेको समयमा उपलब्ध भएर तथा मागेको सूचना उपलब्ध गराएर पूर्ण पारदर्शिता अपनाई जनताको सुसूचित हुने हक प्रत्याभूत गर्नुलाई स्थानीय सरकारले आफ्नो कर्तव्य मान्नुपर्दछ । यसैगरी सञ्चार माध्यमले पनि सनसनिखेज तथा हतारको पत्रकारिताप्रति आकर्षित नभई स्वस्थ तथा तथ्यमा आधारित सञ्चार सामग्री उत्पादन गरेर सन्तुलित सञ्चारकर्म गर्दा नै स्थानीय सरकारलाई सिर्जनात्मक रूपमा सजग गराउनुका साथै पाठक/स्रोता/दर्शकलाई सुसूचित गर्ने आफ्नो धर्म निर्वाह गर्नु पर्दछ ।

(लेखक गोरखापत्र दैनिकका पूर्व प्रधान सम्पादक हुनुहुन्छ ।)

स्थानीय र प्रदेशमा आफ्नै मौलिक भाषा, संस्कृति, रहनसहन र विशेषता हुन्छन् । उनीहरूको चासो र चिन्ता पनि भिन्न हुन्छ । जनकपुरको समस्या जुम्लामा नहुने र जुम्लाको समस्या जनकपुरले भोग्नु नपर्ने विशिष्ट भूगोल, संस्कृति, हावापानी र रीतिरिवाजयुक्त मुलुक हो नेपाल ।

लक्ष्मण हुमागाईं

स्थानीय सरकारको सञ्चार रणनीति

विषय प्रवेश

जनतासँग प्रत्यक्ष सम्पर्कमा रहने स्थानीय तह र जनप्रतिनिधिलाई आफ्ना गतिविधि जनतामा कसरी पुऱ्याउने भन्ने चिन्ता हुनु स्वाभाविक हो । यो आम जनप्रतिनिधि र स्थानीय तहको साझा चिन्ता पनि हो । राष्ट्रिय स्तरका सञ्चार माध्यममार्फत केन्द्रका सूचना तथा गतिविधि सम्बन्धि सूचना घरमै प्राप्त भएपनि आफ्नै टोल छिमेकका सूचना पाउन त्यति सहज छैन । आससञ्चार माध्यमले विश्वका घटनालाई जति नजिक ल्याउन सफलता प्राप्त गरे ठीक विपरित नजिकका घटना भने ओझेलमा पर्न थाले । स्थानिय सरकार, टोल, छिमेकका गतिविधि सिधै प्राप्त गर्ने संयन्त्रको विकास नहुँदा यस्तो अवस्था सृजना भएको हो । परिणाम स्वरूप स्थानीय तह, तिनका पदाधिकारी र उनीहरूले जनहितमा गरेका काम र गतिविधि ओझेलमा पर्ने र केन्द्रमा भएका वा नकारात्मक सूचनाले स्थान पाउने अवस्था सृजना हुन पुग्यो ।

केन्द्रीयस्तरका सूचनाको दबाब र प्रभावका बीचमा स्थानीयस्तरका सूचनालाई कसरी प्राथमिकतामा राख्ने र जनतामा पुऱ्याउने भन्ने चासो र चिन्तालाई ध्यानमा राख्दै यो आलेख तयार पारिएको छ । प्रस्तुत आलेखमा स्थानीय सरकारको सञ्चार रणनीति कस्तो हुनु आवश्यक छ भन्ने बारेमा समेत चर्चा गरिएको छ ।

अहिलेसम्मका प्रयास

स्थानीय तह वा सरकारले हालसम्म आफ्ना सूचनालाई जनतासम्म पुऱ्याउन विभिन्न रणनीति अपनाएको पाइन्छ । प्रायःजसो स्थानीय सरकारका पदाधिकारीले प्रेस सल्लाहकार राख्ने र उनीहरूमार्फत सूचना सम्प्रेषण गर्ने रणनीति लिएको देखिन्छ । प्रेस सल्लाहकारले आफ्नो सामाजिक सञ्जाल, वेबसाइटमार्फत सूचनालाई अपडेट गरेपनि जनताको पहुँच त्यस्ता सामाजिक सञ्जाल वा वेबसाइटसम्म पुग्न सकेको छैन । स्थानीय सरकार वा निकायसँग त्यस बाहेकका अन्य सञ्चार माध्यम उपलब्ध छैनन् ।

शहरी क्षेत्रका स्थानीय सरकारहरूले भने अन्य विभिन्न माध्यमको प्रयोग गरेका छन् । काठमाडौ महानगरपालिकाले लामो समयदेखि आफ्नै एफएम रेडियो, टेलिभिजन कार्यक्रम हाम्रो काठमाडौं, अनलाइन समाचार पोर्टल काठमाडौं अनलाइन सञ्चालन गर्दै आएको छ । अन्य सञ्चार माध्यमका भेलमा महानगरका सञ्चारमाध्यमको प्रभावकारिताको अध्ययन हुन बाँकी छ । तर एउटा निश्चित कुरा के हो भने महानगरले उत्पादन गरेका कार्यक्रम सोचे अनुरूप प्रभावकारी र चर्चित भने हुन सकेका छैनन् । यस्तो अवस्थामा के गर्ने ? कसरी जनतासम्म पुग्ने र सूचना प्रवाहलाई कसरी प्रभावकारी बनाउने तिनको जवाफ एउटै नहुन सक्छ । पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन तथा अनलाइनको वर्गीकरण नभएको अवस्थामा यो कार्य कठिन समेत छ ।

नेपालमा सञ्चार माध्यमको वर्तमान अवस्थाः

नेपालमा सञ्चार क्षेत्रको संस्थागत विकास २०४६ सालको

परिर्वतन पछिबाट मात्र भएको हो । यस अघि देशमा विद्यमान मिसन पत्रकारिता सत्ताको गुणगान गाउन र सत्ताको विरोध गर्ने काममा मात्र सीमित थियो । उक्त परिर्वतनले सञ्चार क्षेत्रमा निजी क्षेत्रको लगानीमा वृद्धि गरायो भने प्रेस स्वतन्त्र भयो । सूचनाका लागि सरकारी सञ्चार माध्यमप्रतिको निर्भरता हट्यो । सूचनाको प्रमुख माध्यम रेडियो हुन पुग्यो । त्यसको केही वर्षपछि टेलिभिजन लोकप्रिय माध्यम बन्दै गरेकोमा अहिले आएर इन्टरनेटमा आधारित सञ्चार माध्यमहरू सशक्त रूपमा देखा पर्न थालेका छन् ।

समयानुकुल सञ्चार क्षेत्रमा परिर्वतन हुँदै आए पनि सरकारले त्यसको नीतिगत व्यवस्थापन गर्न सकेन । परिणाम स्वरूप आवश्यकता भन्दा बढी सञ्चार माध्यम खुले । सबैले आफू सशक्त, प्रभावकारी र राष्ट्रियस्तरको दावी गर्न थाले । सञ्चार माध्यमको वर्गीकरण गर्ने तर्फ चासो नदिंदा र प्रविधिले विश्वव्यापी हुन सहज बनाउँदा नेपालमा विषम परिस्थिति उत्पन्न हुन पुग्यो ।

विश्वमा सञ्चार माध्यमहरू प्रकाशन तथा प्रसारण पहुँचको हिसाबले स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय गरी चार प्रकारले विभाजन गर्ने गरिए पनि नेपालमा त्यस्तो हुन सकेन । स्वामित्वको हिसाबले पनि सार्वजनिक र निजी गरी दुई प्रकारले विभाजन गर्ने र निजीमा पनि नाफाको उद्देश्यले खुलेका व्यवसायिक र नाफाको उद्देश्य नरहेका सामुदायिक सञ्चार माध्यममा वर्गीकरण गर्न सकिएन । नाफाको उद्देश्य नभएको भन्ने तर विज्ञापन बजाउने गर्नाले सामुदायिक सञ्चार माध्यम र व्यापारिक सञ्चार माध्यमबीच फरक छुट्याउन पनि सकिने अवस्था रहेन ।

राष्ट्रिय र क्षेत्रीयस्तरका सञ्चार माध्यमले नउठाउने, स्थानीय जनताको चासो र सरोकार रहने विषय स्थानीय र सामुदायिक सञ्चार माध्यममार्फत जनतामा पुग्ने विश्वको अभ्यासलाई नेपालले पछ्याउन सकेन । परिणाम स्वरूप स्थानीय चासो र सरोकार ओझेलमा पर्न गए । अझ नेपाल जस्तो देशमा सरकारी सञ्चार माध्यमलाई सार्वजनिक सञ्चार माध्यममा परिणत गर्ने तर्फ चासो देखाइएन । सार्वजनिक सञ्चार माध्यममा केन्द्र र स्थानीय तहको पहुँच बनाउने र स्थानीय, प्रादेशिक र राष्ट्रिय सञ्चार माध्यम निर्माण गर्ने तर्फ सोच बनेन । अहिले स्थानीय र प्रदेश सरकारले भोगेको समस्या यही हो ।

स्थानीय र प्रादेशिक सञ्चार माध्यमको अवधारणा

स्थानीय र प्रदेशमा आफ्नै मौलिक भाषा, संस्कृति, रहनसहन र विशेषता हुन्छन् । उनीहरूको चासो र चिन्ता पनि भिन्न हुन्छ । जनकपुरको समस्या जुम्लामा नहुने र जुम्लाको समस्या जनकपुरले भोग्नु नपर्ने विशिष्ट भूगोल, संस्कृति, हावापानी र रीतिरिवाजयुक्त मुलुक हो नेपाल । राष्ट्रिय स्तरका सूचना सबै एकै भएपनि स्थानीय चासो र चिन्ता यी भिन्न परिवेशलाई हेरेर सहज तुलना गर्न सकिन्छ । यस्तो विषम परिवेश भएको मुलुकमा कस्तो सञ्चार रणनीति अपनाउने अहिलेको मुख्य चासो यही हो ।

स्थानीय पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन र अनलाइन माध्यमलाई प्रभावकारी बनाउने काम स्थानीय सरकारको हो । स्थानीय स्तरमा सञ्चालनमा रहेका सञ्चार माध्यमको संरक्षण गर्ने, तिनलाई स्वतन्त्रतापूर्वक काम गर्न सक्ने वातावरण बनाउने र आफ्ना सूचना तथा गतिविधिलाइ स्वतन्त्र रूपमा उनीहरूमार्फत प्रकाशन तथा प्रसारण गराउनेतर्फ रणनीति तयार गर्नु आवश्यक छ ।

वैकल्पिक सूचना संयन्त्र

स्थानीय सरकारले आफ्ना गतिविधि जनसमक्ष पुऱ्याउन विभिन्न विधि अपनाएको पाइन्छ । स्थानीय पत्रपत्रिकामा विज्ञापन दिने, स्थानीय रेडियो तथा टेलिभिजनमा कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने गराउने, वृत्तचित्र निर्माण तथा प्रसारण गर्ने कार्य बढी प्रचलनमा रहेको पाइन्छ । यस्ता विधि बढी खर्चिलो र कम प्रभावकारी छन् । तिनको सट्टा अन्य वैकल्पिक विधिहरूलाई अपनाउने तर्फ सोच बन्न सकेको छैन ।

स्थानीय सरकारको अधिकार क्षेत्रभित्र रहेको होर्डिङ्ग बोर्ड, डिजिटल बोर्ड तथा थियटर सञ्चालन गर्नेतर्फ स्थानीय सरकारको ध्यान जान सकेको छैन । खासगरी प्रत्येक गाउँपालिका वा नगरपालिकाले आफ्ना प्रत्येक वडामा एक सूचना केन्द्र स्थापना गर्ने, ती सूचना केन्द्रमा नियमित रूपमा सूचना उपलब्ध गराउने, आफ्नो गाउँ वा नगरको केन्द्रमा डिजिटल बोर्ड वा होर्डिङ्ग बोर्डहरूको व्यवस्था गरी गतिविधिलाई सार्वजनिक गर्न सकिन्छ । इन्टरनेटको राम्रो सुविधा भएको स्थानमा रहेको स्थानीय सरकारले आफ्ना वेबसाइटमार्फत रेडियो तथा टेलिभिजन कार्यक्रमजस्तै कार्यक्रम निर्माण गरी वेबसाइटमा राख्ने र त्यस्ता कार्यक्रमलाई आफ्ना जनतालाई हेर्ने बानी बसाल्न पनि सकिन्छ । रेडियो, टेलिभिजन सञ्चालन वा कार्यक्रम निर्माण जस्तो खर्चिलो विधि अपनाउनुको सट्टा यस्ता विधि अपनाउन सकिन्छ । कम खर्चमा सोझै जनतामा पुग्ने, अनावश्यक खर्च कम हुने र सरोकारवालामा मात्र पुग्ने भएकोले यो माध्यम प्रभावकारी हुन सक्छ । यस्ता सूचना केन्द्रलाई स्थानीय जनताको अध्ययनको केन्द्र, पुस्तकालय वा अन्तर्क्रियास्थलमा रूपान्तरण गर्न पनि सकिन्छ ।

जनसम्पर्कलाई व्यवस्थित गर्ने

विश्वमा संस्थागत सञ्चारका लागि जनसम्पर्कलाई महत्व दिने गरिन्छ । नेपालमा त्यस प्रकारका जनसम्पर्क गर्ने एजेन्सी खुलेका छैनन् । जनसम्पर्कको काम समेत विज्ञापन एजेन्सी आफैले गर्दै आएका छन् । पैसा तिरेर दिने सूचना विज्ञापन हो । जनसम्पर्क निःशुल्क प्रदान गरिने सूचना हो । निःशुल्क उपलब्ध हुने सूचना सार्वजनिक चासो र महत्वका भए मात्र आमसञ्चार माध्यममा तिनले स्थान पाउन सक्छन् । अतः पैसा तिरेर उपलब्ध हुने सूचना (विज्ञापन) भन्दा जनसम्पर्कमार्फत उपलब्ध सूचना (निःशुल्क) बढी प्रभावकारी हुन्छ ।

जनसम्पर्कले मुल रूपमा संस्था भित्रको सूचना प्रवाह, संस्थाका आपूर्तिकर्ता र उपभोक्ताबीचको सूचना प्रवाह तथा सरोकारवालासँगको सूचना प्रवाहको काम गर्दछ । कुनै पनि संस्थाको साख वृद्धि गर्ने काम जनसम्पर्क फर्मकै हो । जसले उत्पादनको ब्राण्ड निर्माणदेखि सेवा प्रदान गर्ने संस्थाका सेवाप्रतिको विश्वसनीयता बढाउने काम गर्दछ ।

स्थानीय सरकारले जनसम्पर्क फर्ममार्फत सूचना प्रवाह गर्दा काम प्रभावकारी हुन सक्छ । नगर वा गाउँपालिका प्रमुख, उपप्रमुखदेखि वडा अध्यक्ष, सदस्य, कर्मचारीबीच सूचना प्रवाहमा एकरूपता रहँदैन । जसको असर मतदातामा पर्न जान्छ । अतः

स्थानीय सरकार भित्रको सूचना प्रवाहलाई व्यवस्थित बनाउने, त्यस्तै सरोकारवाला खासगरी सेवा प्रदान गर्ने वा आपूर्ति गर्ने बीचको सञ्चार प्रवाहले नियमित गरी सेवाको गुणस्तर वृद्धि गर्न सकिन्छ ।

आफ्नो भौगोलिक क्षेत्रभित्र बस्ने जनता स्थानीय सरकारका प्रमुख सरोकारवाला हुन् । आफ्ना प्रत्येक गतिविधि तिनै जनता वा मतदाता केन्द्रित हुन्छन् । आफ्ना काम जनताको सूचनामा पु¥याएर प्रत्येक गतिविधिमा उनीहरूलाई सहभागी बनाउने दायित्व स्थानीय सरकारको नै हो । जनसम्पर्कलाई व्यवस्थित बनाउन व्यवसायिक जनसम्पर्क फर्मलाई सहभागी गराउनु आवश्यक हुन्छ । नेपालका लागि यो कार्य नौलो हो । विश्वमा यसलाई प्रचलनमा ल्याइएको छ ।

अन्त्यमा

सूचना पाउने र माग्ने हक नेपालको संविधानले नै व्यवस्था गरेको छ । सूचना पाउने हक सुनिश्चित गर्न राज्यले संयन्त्र बनाउनु पर्छ । केन्द्रीयस्तरमा सार्वजनिक सञ्चार माध्यमको स्थापना गर्ने र तिनको पहुँच स्थानीय स्तरसम्म पु¥याउने प्रचलन अन्य मुलुकमा रहे पनि नेपालले त्यसतर्फ समेत काम गर्न सकेको छैन । यस्तो अवस्थामा स्थानीय सरकारले आफूसँग भएको श्रोत र साधनको परिचालन गरी स्थानीयस्तरमा स्थापना हुने सञ्चार माध्यमलाई संरक्षण, प्रोत्साहन र प्रबर्धन गर्ने, तिनको रचनात्मक उपयोग गर्ने, उपयोग गर्दा उपयुक्त जनसम्पर्कको विधि अपनाउने गर्नु उचित देखिन्छ ।

सार्वजनिक सञ्चार माध्यमको प्रभावको मुल्याङ्कन गर्न कठिन हुने भएकोले स्थानीय तहले नै सूचनाको श्रोत केन्द्र स्थापना गर्ने, त्यसलाई व्यवस्थित बनाई श्रोत केन्द्रलाई अध्ययन अनुसन्धान स्थलमा परिणत गर्न सकिन्छ । कतिपय स्थानीय सरकारले उपयोग गरेको आफ्नै रेडियो तथा टेलिभिजन कार्यक्रमको प्रभावकारिताको अध्ययन गरी तिनलाई थप प्रभावकारी बनाउने, जनताको सहभागिता बढाउने तर्फ ध्यान दिनु आवश्यक छ ।

स्थानीय तहका प्रमुख सरोकारवाला अन्तिम उपभोक्ता तथा भविष्यका मतदाताको मन जित्न जनसम्पर्कलाई प्रभावकारी बनाई सूचना प्रणालीलाई व्यवस्थित गर्नु अहिलेको आवश्यकता हो ।

स्थानीय तहले शासन व्यवस्थापन गर्दा सञ्चार व्यवस्थापनको यो पाटो छुटाउनु हुँदैन ।

(लेखक आमसञ्चार विज्ञ हुनुहुन्छ ।)

मेट्रो एफ एम ९४.६

हरेक बिहीबार

समय	कार्यक्रम	समय	कार्यक्रम
०५:२५- ०५:३०	प्रसारण आरम्भ	१२:३०-०१:००	अंग्रेजी गीतको कार्यक्रम- मनोरञ्जनात्मक
०५:३०- ०५:४५	प्रवचन-पूर्वीय दर्शन र आध्यात्म	०१:००-०२:००	स्वर संगीत-हिन्दी गीतमा आधारित
०५:४५- ०६:००	प्रवचन-बौद्ध दर्शन	०२:००-०२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ६
०६:००-०६:३०	मेट्रो हालखवर (समाचार) -राष्ट्रिय मुख्य समाचार	०२:३०-०३:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ७
०६:३०-०७:००	मन्थन (बिषय बिश्लेषण)- आर्थिक/सामाजिक/राजनीतिक	०३:००-०३:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ८
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार	०३:३०-०३:४५	नेपाली पुराना गीतहरु-मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०७:१५-०७:४५	डबली-समाचार र घटना बिश्लेषण	०३:४५-०४:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल बुखँ-नेपाल भाषामा समाचार	०४:००-०४:४०	रेडियो शिक्षा -कक्षा ९
०८:००-०८:१५	नेपाल मण्डल दबू-अन्तर्वार्ता	०४:४०-०५:००	लोक गीतहरु -मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०८:१५-०८:४५	नेवा: जनसरोकार - विचारमुलक कार्यक्रम	०५:००-०५:४०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १०
०८:४५-०९:००	स्वदेश / राष्ट्रिय गान जागरण	०५:४५-०६:००	मेट्रो हालखवर-समाचार
०९:००-०९:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १	०६:००-०६:३०	तामाङ् भाषाको कार्यक्रम-नाङ्साल
०९:३०-१०:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा २	०६:३०-०७:००	महानगर गतिविधि-समाचार/जानकारीमुलक
१०:००-११:००	नेपाल भाषाका गीत संगीत-मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम	०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
११:००-११:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ३	०७:१५-०७:४५	संवाद -समसामयिक अन्तर्वार्ता
११:३०-१२:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ४	०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल-नेपाल भाषामा समाचार
१२:००-१२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ५	०८:००-०८:४५	महानगर गतिबिधि- जानकारी/सूचनामुलक
		०८:४५-०९:००	शास्त्रीय बादन र गायनमा आधारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
		०९:००-१०:००	भावना-सूचना र मनोरञ्जनात्मक

स्थानीय र प्रदेशमा आफ्नै मौलिक भाषा, संस्कृति, रहनसहन र विशेषता हुन्छन् । उनीहरूको चासो र चिन्ता पनि भिन्न हुन्छ । जनकपुरको समस्या जुम्लामा नहुने र जुम्लाको समस्या जनकपुरले भोग्नु नपर्ने विशिष्ट भूगोल, संस्कृति, हावापानी र रीतिरिवाजयुक्त मुलुक हो नेपाल ।

युवराज खनाल

स्थानीय तहमा सञ्चार साझेदारी

२१ औं शताब्दी सूचना र प्रविधिको युग हो । सूचना नै सबैभन्दा धेरै शक्तिशाली हुने युग हो । युगका यी आवश्यकता आमसञ्चार क्षेत्रले पूरा गर्छ । कला, साहित्य, मनोरञ्जन र सिकाईलाई नागरिकबीच मिठासपूर्ण किसिमले पस्कन्छ । पारदर्शी शासन, जवाफदेही सुशासनको मानक र स्थानीय तहको समृद्धिलाई टेवा पुऱ्याउन सक्ने प्रभावकारी साधन नै आम सञ्चार हो । सञ्चार स्थानीय तहको समृद्धिको सेतु हो । परिवर्तनको संवाहक पनि हो ।

नेपाल संघीय लोकतान्त्रिक शासन पद्धतिमा गइसकेपछि सञ्चार अभ्यासमा विविधता बढ्दो अवस्थामा छ । सञ्चार प्रविधिको विकाससँगै आएको सामाजिक परिवर्तनले आम सञ्चारको सिद्धान्त, उपयोग र व्यवहारमा स्थापित सोच फेरिएका छन् । सार्वजनिक सरोकारका विषयमा नागरिकले विशेष चासो राख्न थालेका छन् । अर्कोतर्फ बिधागत पत्रकारिता फस्टाउँदै गएको छ । विषयप्रति दर्शक/श्रोताको रूची बदलिएको छ । यसै कारण आम सञ्चार माध्यमले प्रस्तुति फेर्दै गएका छन् । यस्तो परिवर्तित अवस्थामा स्थानीय खास गरेर काठमाडौं महानगरपालिकाले सञ्चारको क्षेत्रमा फड्को मार्नु अनिवार्य छ ।

अब सञ्चारमा आधुनिक प्रविधिको प्रयोग गरी एउटै सञ्चार गृहको ओतमा रेडियो, टेलिभिजन, अनलाइन जस्ता सञ्चार माध्यमको स्थापना गर्नुपर्दछ । यसका लागि केही हदसम्म काठमाडौं महानगरपालिकासँग पूर्वाधार तयारी अवस्थामा छ । यसको स्तर बृद्धि गर्ने र अन्य स्थानीय तहले गरेका अभ्यासलाई ग्रहण गर्ने हो भने उपत्यकावासीलाई सञ्चारका क्षेत्रमा परिवर्तनको आभास दिन सकिनेछ ।

स्मरणीय कुरा के हो भने २०५६ साल असोज १ गतेबाट १०६ दशमलव ७ मेगाहर्जबाट सञ्चालन शुरु गरिएको मेट्रो एफ.एम. दक्षिण एशियाली मुलुकहरूमा स्थानीय तहले सञ्चालन गरेको पहिलो रेडियो हो । यसको क्षमता विस्तार गर्ने क्रममा पछि ९४.६ मेगाहर्जबाट प्रसारण प्रारम्भ गरिएको हो । यसलाई काठमाडौं महानगरले सामुदायिक रेडियो भनेको छ ।

विगतमा साबिक जिल्ला विकास समितिसँग सम्झौता गरी 'स्थानीय आवाज' नामक रेडियो कार्यक्रम सञ्चालन गरेको थियो । महिनाको एउटा टेलिभिजन श्रृखला मार्फत् साबिक जिल्ला विकास समिति र गाउँ विकास समितिका गतिविधिहरू समेटेर सञ्चार साझेदारी अभ्यास गरेको थियो ।

साझेदारीबाट प्रवर्द्धन गर्नुपर्ने क्षेत्र :

स्थानीय तहले शासन सञ्चालन गर्दाका आधारभूत काम एउटै हुन् । अझ उपत्यकाको विकासका लागि स्थानीय तहले लिएका नीति, योजना र कार्यक्रम धेरै हदसम्म एउटै नभए पनि अन्तरसम्बन्धित अवश्य हुन्छन् । यसै गरी भौतिक पूर्वाधार, सामाजिक विकास, वातावरणीय सुधार, सुशासन एवम् मानव

विकास सूचक काम अन्तरसम्बन्धित र सिकाईका रूपमा रहेका छन् । उपत्यका बाहिरबाट हेर्दा भौगोलिक सिमानाले जमिन छुट्टिए पनि समस्या, सम्भावना र चुनौती एउटै छन् ।

काठमाडौं महानगरपालिकाले उपत्यकाको मात्र होइन, समग्रमा नेपालकै विकास र समृद्धिको प्रतिनिधित्व गर्दछ । छिमेकी जिल्ला र नगरलाई छोडेर काठमाडौं एक्लै मात्र विकसित र समृद्ध हुन सक्दैन । यस कोणबाट काठमाडौंलाई समृद्ध बनाउन छिमेकी नगर समृद्ध हुन विकासका सूचक र अभ्यास, सेवा सुविधाको मापदण्ड एउटै हुन आवश्यक छ । यी साझा विषयको उठान र प्राप्त गरेको उपलब्धि आम चासोका विषय हुन् । यी विषयलाई उठान गर्न आम सञ्चार साझेदारीको अवधारणा सार्थक बन्छ ।

उपत्यकाको विकास र सेवा प्रवाहका साझा विषयरक्षेत्रको पहिचान गरेपछि, प्रवर्द्धन गर्न विषय एकिन गर्न सकिन्छ । काठमाडौं एउटै मापदण्डमा विकास भइरहेको छ भन्ने सन्देश प्रवाह गर्न सकियो भने मात्र पनि नागरिकमा विकासको आशा जाग्छ ।

उपत्यकाका नगरपालिका भौगोलिक सिमानाले मात्र छुट्टाछुट्टै हुन् । सेवा प्रवाह, पूर्वाधार एवम् सामाजिक विकास, वन, जंगल, खोलानाला, खुल्ला क्षेत्र, समथर क्षेत्र, व्यवसायिक क्षेत्र, शहरी क्षेत्र, ऐतिहासिक सम्पदा आपसमा जोडिएका छन् । काठमाडौं जिल्लामा अवस्थित शंखरापुर, दक्षिणकाली नगरपालिका र भक्तपुरका केही नगरपालिका बाहेक सबै नगरपालिकासँग काठमाडौं महानगरपालिकाको सिमाना जोडिएकाले विकास निर्माण र समृद्धिको कुरा प्रवर्द्धनको अभिन्न अंग बन्छ । यस कोणबाट सञ्चार विकासमा स्थानीय तहको सहभागिता अपरिहार्य छ ।

सञ्चार साझेदारीमा कानुनी साझेदारिता :

स्थानीय सरकार सञ्चालन ऐन २०७७ को दफा ११ (ठ) (४) मा स्थानीय तहबीच साझा सरोकार तथा सरोकारका विषयमा संयुक्त समिति गठन गर्न सक्ने व्यवस्था छ । यही ऐनको दफा २६ मा अन्य गाउँपालिका र नगरपालिकासँग साझेदारी सम्झौता वा संयुक्त व्यवस्थापनमा कार्य गर्न सक्ने विषय समेत उल्लेख भएको छ । यो व्यवस्थाको मर्म साझा विषयमा सहकार्य, सहकारिता र समन्वय गर्नु हो । यही व्यवस्थाका आधारमा उपत्यकाका स्थानीय तहबीच लागत सहभागितामा आम सञ्चार अभ्यास अगाडि बढाउन सकिन्छ । महानगरले लामो समयदेखि प्राप्त गरेको अनुभव र भौतिक सुविधालाई उपभोग गरेर उपत्यकाको स्थानीय तहको सञ्चार सिकाई स्कूलका रूपमा उपयोग गर्न सकिन्छ । यसबाट न्यूनतम लागतमा एउटै छातामुनिबाट उपत्यकावासीलाई टेलिभिजन, रेडियो र अनलाइन मार्फत सरकारले नागरिकलाई दिनु पर्ने सार्वजनिक महत्वका सूचना दिन सक्ने अवसर छ ।

निष्कर्ष :

सहभागिता दिगो विकास लक्ष्यको सूचक हो । यसले विकासलाई, लाभग्राहीले सजिलै ग्रहण गर्न सक्छन् । आम सञ्चार सेवाप्रदायक र लाभग्राहीका बीचमा देखिएका अव्यक्त द्वन्द्व व्यवस्थापन गर्ने थलो पनि हो । सूचना प्रवाहले विकासको मार्ग निर्देशन समेत गर्न सक्छ ।

यी सम्भावनाले राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा काठमाडौंको महिमा बढ्छ । यस अवसरलाई उपत्यकाका सबै नगरपालिकाहरूले आत्मसात गरी अघि बढ्ने हो भने सञ्चारको व्यवस्थापन र विविधीकरण गरी एकीकृत सञ्चार गृहको स्थापना गर्ने अवसर छ । यसलाई विकासका आयामसँग जोड्दै प्रथम चरणमा उपत्यकालाई समेट्ने, दाश्रो चरणमा बागमती प्रदेश, तेश्रो चरणमा ७ सय ५३ वटै स्थानीय तहमा समेट्ने हो भने परिपक्व विकास हुन सक्छ ।

(लेखक कामपा प्रशासन महाशाखा प्रमुख हुनुहुन्छ ।)

समाचार-माध्यम (News-media) र आम-माध्यम (Mass-media) एउटै होइनन् । पत्रपत्रिका, रेडियो, टिभी, अनलाइन, इन्टरनेट प्रभावकारी समाचार-माध्यम (News-media) मात्र हुन् । समाचार-माध्यमले समाचार र घटना मात्र प्रवाह गर्दछ भने आम-माध्यम त्यो भन्दा व्यापक हुन्छ । यसले धेरै सामग्री सम्प्रेषण गर्दछ ।

दीपक खनाल

मिडिया कन्टेन्ट व्यवस्थापनका दिव्यास्त्र

'मिडियम' को बहुवचन 'मिडिया' हो । यसलाई नेपालीमा 'माध्यम' भनिन्छ । 'माध्यम' भनेको 'कुनै काम सिद्ध गर्ने साधन वा उपाय, कुनै काम सम्पन्न गर्ने साधन वा व्यक्ति (नेपाली बृहत् शब्दकोश, दसौं संस्करण) हो । देश-विदेशका घटनाको जानकारी 'अडियन्स' मा पुऱ्याउने 'यन्त्र' नै मिडिया हो । सङ्कीर्ण बुझाइमा प्रकाशनः पत्रपत्रिका,प्रसारणः रेडियो/टिभी र नेटवर्क सञ्चारः अनलाइन/इन्टरनेट नै मिडिया हो । पत्रकार आचारसंहिता-२०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) अनुसार 'नेपालमा प्रचलित पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन, अनलाइन सञ्चारमाध्यम, समाचार एजेन्सी तथा इन्टरनेटका माध्यमबाट समाचार, सूचना तथा विचारमूलक कार्यक्रम उत्पादन, वितरण र सम्प्रेषण गर्ने संस्था र सेवा" सञ्चारमाध्यम' हो ।

गहिरो र फराकिलो दृष्टिकोणबाट हेर्दा मिडियाको अर्थ र क्षेत्र व्यापक/असीमित छ । कम्प्युटर, सामाजिक सञ्जाल, विज्ञापन, फोटोग्राफी, भिडियोग्राफी, जनसम्पर्क, बिलबोर्ड, प्रत्यक्ष मेल, पुस्तक, चिठीपत्र, एसएमएस, तुल-ब्यानर, होर्डिङ बोर्ड, सूचीपत्र, क्याटलग, फ्याक्स, चलचित्र, डकूमेन्ट्री, गीत-संगीत, साहित्यिक रचना, शिलालेख, ताम्रपत्र, अर्थ बुझाउने विभिन्न साधन आदि समेत 'मिडिया' हुन् । यहाँनिर बुझ्नुपर्ने कुरा यो छ कि समाचार-माध्यम (News-media) र आम-माध्यम (Mass-media)एउटै होइनन् । पत्रपत्रिका, रेडियो, टिभी, अनलाइन, इन्टरनेट प्रभावकारी समाचार-माध्यम (News-media)मात्र हुन् । समाचार-माध्यमले समाचार र घटना मात्र प्रवाह गर्दछ भने आम-माध्यम त्यो भन्दा व्यापक हुन्छ ।यसले धेरै सामग्री सम्प्रेषण गर्दछ ।'मिडिया कन्टेन्ट र अनुगमन' भन्दा पनि यही क्षेत्रलाई मात्र बुझिन्छ ।'कन्टेन्ट' भनेको विषयवस्तु हो । 'मिडिया कन्टेन्ट' भनेको मिडियाबाट पस्किने विभिन्न विषयवस्तुहरू हुन् । मानौं राइसकुकर मिडिया हो भने त्यसभित्र राखेर पकाइने चामल, दाल वा तरकारी कन्टेन्ट हो । मिडिया अनुगमन वा कन्टेन्ट अनुगमन भन्नु एउटै कुरा हो ।

समस्या :

मिडियाको सङ्ख्या र प्रवृत्ति बढेसँगै आचारसंहिता उल्लङ्घन पनि बढेको देखिन्छ । सिकारु पत्रकारको अज्ञानताका कारण आचारसंहिता उल्लङ्घन गरेको हुन्छ भने स्वामित्व वा लगानी, शक्ति समूहको निहित स्वार्थका कारण पनि आचारसंहिता उल्लङ्घन हुन्छ ।आर्थिक वर्ष २०७६/०७७ को तथ्याङ्क हेर्दा आचारसंहितासम्बन्धी झण्डै हजारवटा हननका घटना भएको देखिन्छ । पछिल्लोचरणमा अनलाइनमाध्यममा बढी बेथिति देखिएको छ । भ्युअर बढाउने नाममा कतिपय अनलाइनले जथाभावी कन्टेन्ट हालेर समाजमा भ्रम छर्ने गरेका छन् ।

कन्टेन्ट व्यवस्थापनका केही दिव्यास्त्र :

कन्टेन्ट व्यवस्थापनका दिव्यास्त्रधेरै हुनसक्छन् । केहीनिम्न बमोजिम छन् :

१. पत्रकार नैतिकसंहिता (Journalistic Code Of ethics) :

नैतिकता' भनेको राम्रो आचरण हो ।पत्रकार नैतिकसंहिता नैतिक बन्धन वा नैतिक व्यवहारहरूको साङ्गो हो । पत्रकार/सञ्चारकर्मी आफैँले महसूस गरी व्यवहार गर्ने विषय नै नैतिकसंहिता हो । पत्रकार/सञ्चारकर्मीमा नैतिकता, सदाचारिता र पेशागत इमान्दारिता भएमा नैतिकसंहिताबाट कन्टेन्ट व्यवस्थापन हुनसक्दछ ।यो व्यक्ति स्वयम्मा भर पर्ने कुरा हो । संस्कार र चेतनाले व्यवस्थापन गर्नु समृद्ध समाजमा मात्र सम्भव हुन्छ ।

२. नैतिक विश्वास वा प्रतिवद्धता (Creed OF Journalist) :

कुनै पेसा-व्यवसायमा प्रवेश गर्नुअघि इमान्दार बन्न आफैंप्रति गरिने प्रतिवद्धता नै नैतिक विश्वास हो । पत्रकार/सञ्चारकर्मीले पत्रकारिता क्षेत्रमा प्रवेश गर्दा व्यक्तिगत रूपमा गर्ने लिखित 'शपथ' नै हो यो । यसो हुनसकेमा कन्टेन्टमा व्यवस्थापन हुनसक्दछ ।

३.मेलमिलाप(Mediation)

विश्वमा प्रेस काउन्सिल आमसञ्चारमाध्यमको नियमन गर्ने एकमात्र आधिकारिक निकाय हो । हाम्रो हकमा प्रेस काउन्सिल नेपालले‌स्वअनुगमन, उजुरी, गुनासा/जनगुनासाका आधारमा आचारसंहितासम्बन्धी विषयको छानबिन, कारबाही र फछ्यौट गर्दै आइरहेको छ । तर पनि सकेसम्म वार्ता, संवादका माध्यमबाट पत्रकार/मिडिया र मिडिया उपभोक्ताबीच मेलमिलापमै जोड दिने काउन्सिलको मान्यता छ । पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) को दफा ८ मा काउन्सिलले 'महिला इज्जत, प्रतिष्ठा र बालबालिका सम्बन्धमा प्रकाशित सामग्रीहरूको हकमा विषयको गाम्भीर्यता हेरी दुई पक्षलाई झिकाएर तत्काल छलफल गराउन र आवश्यकताअनुसार सम्बन्धित पक्षहरूका बीच मेलमिलाप गराउन सक्नेछ' भन्ने व्यहोरा लेखिएको छ । यही आधारमा पत्रकारिता र मिडियाको अर्धन्यायिक निकाय (अदालत) हुनुको नाताले काउन्सिलले केही वर्षदेखि पत्रकार/मिडिया र मिडिया उपभोक्ताबीच उत्पन्न द्वन्द्व न्यूनीकरण गर्न आफ्नै मध्यस्थतामा दुई पक्षबीच वार्ता गराई समस्याको समाधान गरेको छ ।

४. पत्रकार आचारसंहिता (Journalistic Code of Conduct) :

जुनसुकै पेशा-व्यवसायलाई स्वस्थ्य, मर्यादित, व्यवस्थित, अनुशासित, व्यावसायिक, उत्तरदायी बनाउन आचारसंहिता लागू गरिएको हुन्छ । पत्रकार आचारसंहिता तयार पार्नुको मूल उद्देश्य पत्रकारितालाई स्वस्थ, मर्यादित, व्यवस्थित, अनुशासित, व्यावसायिक, उत्तरदायी बनाउनु हो । 'सन् १९२३ मा स्विडेनको नेसनल प्रेस काउन्सिलले अपनाएको आचारसंहिता नै प्रेसको मार्गदर्शन र प्रेस काउन्सिलको कार्य-सम्पादनको एक आधार हुन पुग्यो । व्यक्तिगत जीवनसम्बन्धी गोपनीयताको संरक्षण, कुनै समाचारको खण्डन तथा प्रत्युत्तर दिने र पत्रकारले आफ्नो चारित्रिक निष्ठा राख्न पाउने कुरा यस आचारसंहिताका केही उदाहरण हुन् ।' (ढुंगेल विनोद, नेपालमा प्रेस काउन्सिल, पृ.२०५)

विश्वका प्रायः देशमा पत्रकार आचारसंहिता तय गरी त्यसको पालना भए/नभएको अनुगमन गरिन्छ । यस्तो कार्य प्रेस काउन्सिलले नै गर्दछ । मिडिया र पत्रकारलाई मर्यादित, अनुशासित, व्यवस्थित र जिम्मेवार बनाउन गठित काउन्सिललाई स्वनियमकारी संस्थाका रूपमा हेरिन्छ । यस संस्थालाई अम्बुडस्म्यान, वाचडग, प्रेस कम्प्लेन्टस् कमिसन, मिडिया काउन्सिल, इथिक्स कमिटी, सेन्टर फर इन्डिपेन्डेन्ड जर्नलिजम, काउन्सिल फर इथिकल जर्नलिजम, काउन्सिल अफ अनर, काउन्सिल फर जर्नलिजम, न्युज काउन्सिल, न्युजपेपर कन्टेन्ट्स इभ्याल्युएसन च्याम्बर अफ एनएसके, काउन्सिल फर मास मिडिया, नेसनल काउन्सिल फर इथिकल जर्नलिजम, प्रेस इथिक्स कमिसन, नेसनल मिडिया कमिसन जस्ता नामले चिनिन्छ ।

पहिलो प्रेस काउन्सिल जन्माएको मुलुकको राजधानी स्टकहोममा सन् १९११ मा सम्पन्न सम्मेलनले जारी गरेको अन्तर्राष्ट्रिय आचारसंहिताका निम्न आधारभूत २२ निर्देशg(International Code of Ethics : Basic-Guidelines) पत्रकारका लागि धेरै महत्वपूर्ण छन् :

१.सत्यता-स्पष्टताको सम्प्रेषण गर्नुपर्ने
२.बेनामे श्रोतको प्रयोग गर्न नहुने
३. गोप्यता कायम गर्नुपर्ने
४.सच्याउनुपर्ने
५. गलत प्रतिनिधित्व गर्न नहुने
६.अश्लील र अशिष्ट भाषा प्रयोग गर्न नहुने
७.समाचार तथा लेखहरूको खरिद गर्न नहुने
८. सूचना चोरी गर्न नहुने
९. जातीय विभेद गर्न नहुने
१०. बिना जानकारी अन्तर्वार्ता र टेलिफोन वार्ताको रेकर्डिङ गर्न नहुने
११. गोपनीयता भङ्ग गर्न नहुने
१२.लैङ्गिक विभेद गर्न नहुने
१३.निर्भिक भै यथार्थ सम्प्रेषण गर्नुपर्ने
१४.आर्थिक प्रभावबाट पत्रकारिताको संरक्षण गर्नुपर्ने
१५.टिप्पणी-हचुवा,निष्कर्ष-तथ्यबीच भिन्नता कायम गर्ने
१६. बालबालिकाको संरक्षण गर्नुपर्ने
१७. यौन अपराधमा पीडितहरूको नाम र ठेगाना सार्वजनिक गर्न नहुने
१८.चित्र र नाम प्रयोग गर्दा सावधानी अपनाउने
१९.चर्चा नभएको व्यक्ति बुझ्न नहुने वा नबुझी निर्णय गर्न नहुने
२०. उच्च मर्यादा कायम राख्नुपर्ने
२१. हिंसाजन्य कार्यलाई प्रोत्साहन गर्न नहुने
२२.फोटो प्रकाशन गर्न सावधानी अपनाउने

(२०६८, दाहाल, काशीराज, पृ २२५-२२९, आमसञ्चार र कानुन)

नेपालको पत्रकार आचारसंहिता २०७३(पहिलो संशोधन, २०७६)मा पत्रकारका लागि आचारसंहिताका मार्ग निर्देशन तोकिएका छन् ।

५. अनुगमन/निरन्तरअनुगमन :

आचारसंहिता-अनुगमन र काउन्सिल एउटै रथका दुई पाङ्ग्रा हुन् । नेपालमा प्रेस काउन्सिल भन्दाअघि नै आचारसंहिताको जन्म भएको हो । २०१४ सालमा तत्कालीन न्यायाधीश कृष्णप्रसाद चापागाईं(कतै आपागाईं) को अध्यक्षतामा गठित प्रेस कमिसनको प्रतिवेदनको सुझावका आधारमा तत्कालीन न्यायाधीश नयनबहादुर खत्रीको अध्यक्षतामा वि.स. २०२४ सालमा प्रेस सल्लाहकार समिति गठन भयो । त्यसलाई २०२७ सालमा प्रेस सल्लाहकार परिषद् र २०२७ कै असोज ६ गते 'प्रेस काउन्सिल नेपाल' नामकरण गरियो ।काउन्सिलले प्रेस काउन्सिल ऐन-२०४८ का आधारमा मिडिया अनुगमन,पत्रकार आचारसंहिता जागरण र 'काउन्सिलिङ' का माध्यमबाट कन्टेन्ट व्यवस्थापनमा भूमिका खेल्दै आएको छ । यसको प्रमुख कार्य नै अनुगमन भएकाले छापा र विद्युतीय शाखा बनाई उजुरी, स्वअनुगमन र गुनासो/जनगुनासोका माध्यमबाट मिडिया अनुगमन/कारबाही गरिँदै आएको छ ।

६. आध्यात्मिक/सकारात्मक पत्रकारिता:

नेपाली पत्रकारितामा आजको मूल समस्या भनेकै नकारात्मक पत्रकारिता हो ।पत्रकारितामा धेरै कुरा आलोचनात्मक र विश्लेषणात्मक पनि हुनसक्दछ । तर त्यसलाई पनि सकारात्मक कोणबाट प्रस्तुत गर्न सकिन्छ । आध्यात्मिक चिन्तनबाट मात्र यस्तो पत्रकारिता सम्भव छ । यस आध्यात्मिक पत्रकारितागर्न सकिएमा वा पत्रकारमा आध्यात्मिक चिन्तन, साधना भएमा इमान्दारिता, सदाचारिता, जिम्मेवारीवोध, नैतिकता, प्रतिवद्धता आफैं विकास हुन्छ ।

७. मिडिया लिटेरेसी :

सामाजिक सञ्जाल अहिलेअर्को समस्या बनेको छ । यो पत्रकारिताभन्दा सञ्चारकारिताको माध्यम हो । यो नेपालमा मात्र नभई विश्वकै समस्या हो । संगठित मिसनमै लागेका वा नियत नै खराब भएका स्वार्थ समूह (Interest Groups) को हकमा कुनै पनि आदर्श वाक्यको अर्थ हुँदैन । तर लहैलहैमा गलत सामग्री सम्प्रेषण गर्ने प्रयोगकर्तालाई मिडिया, सामाजिक मिडिया, मिडियाको प्रयोग, मिडियाको फाइदा बेफाइदा, पत्रकार आचारसंहिता, नैतिक संहिता, आध्यात्मिक पत्रकारिता, सकारात्मक पत्रकारिता, मेलमिलाप, पत्रकारको प्रतिवद्धता, मिडिया ल आदि विषयमामिडिया लिटिरेसी दिन जरुरी छ ।यसो हुँदा एकातिर सामाजिक सञ्जाल प्रयोगकर्ताहरूमा सचेतना पैदा हुन्छभने अर्कोतिर आचारसंहिता पालना, हननमा सामाजिक बहस शुरु हुन्छ । अर्कोतिर कुनै व्यक्ति मिडियाबाट पीडित भइहालेमा उजुरी गर्ने बारे जानकार हुन्छ ।

८. कानुनी दण्ड :

पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) को दफा ६ मा उजुरी र कारबाहीसम्बन्धी व्यवस्था गरिएको छ । यसमा आचारसंहिता पालनामा पटक-पटक अटेरी गर्ने पत्रकार/मिडियालाई 'कालो'सूचीमा राख्नेसम्मको प्रावधान छ । यी उपायहरूबाट पनि पीडितले न्याय पाएको महसूस नगरेमा ऊ न्यायालय जान सक्छ । यो कन्टेन्ट व्यवस्थापनको अन्तिम उपाय हो ।

निष्कर्ष :

नैतिकता, प्रतिवद्धता, पत्रकार आचारसंहिता,मेलमिलापमा जोड दिएमा मिडिया कन्टेन्ट व्यवस्थापन हुन सक्दछ । यीदिव्यास्त्रबाट सम्भव नभए सम्बन्धित पक्ष अदालती प्रक्रियामा जान सक्दछ । पत्रकारलाई आचारसंहिताप्रति नैतिक र प्रतिवद्ध बनाउने,आचारसंहिता हननका घटना आएमा सकेसम्म मेलमिलापमा प्राथमिकता दिनुपर्दछ । यस्तो अवस्थामा काउन्सिललाई अधिकार क्षेत्र, बजेट, श्रोत – साधन, मानव संशाधनबाट भरिपूर्ण बनाइनुपर्दछ । मुलुक सङ्घीय लोकतान्त्रिक गणतन्त्रको अभ्यासमा गइसकेको अवस्थामा सातै प्रदेशमा कम्तीमा पनि काउन्सिलको सम्पर्क कार्यालय स्थापना गरिनु पर्दछ ।अनलाइन मिडियालाई नियन्त्रण हैन, सकेसम्म काउन्सिलिङकै माध्यमबाट सहीमार्गमा ल्याउनुपर्दछ ।मिडिया हाउसहरू स्वयम्ले आन्तरिक आचारसंहिता आ-आफ्ना कन्टेन्ट व्यवस्थापन गर्नसक्दछन् । तैपनि सर्वप्रथम पत्रकार आफैंले आचारसंहिता पालनामा ध्यान दिनुसबैभन्दा उत्तम उपाय हो ।

(खनाल प्रेस काउन्सिल नेपालका वरिष्ठ प्रशासकीय अधिकृत(प्रवक्ता/सूचना अधिकारी) हुनुहुन्छ ।)

अहिले कोरोना संकटबाट मुलुकलाई पार लगाएर देशमा समृद्धिको बहार ल्याउन पनि सबै राष्ट्रसेवकका लागि सदाचार नीति बनाएर उनीहरूलाई अनुशासन र नैतिकतामा बाँध्नुपर्ने आवश्यकता बढेर गएको छ ।

सागर पण्डित

कोरोना संकट समाधान र विकासका अनिवार्य सर्त : सुशासन र सदाचारिता

संघीय लोकतान्त्रिक गणतन्त्रको संस्थागत विकास भइरहेको समयमा मुलुकले कोभिड-१९ को महासंकट भोग्नु परिरहेको छ । राजनीतिक दलले संसारमै सबैभन्दा उन्नत मानिएको संघीय लोकतान्त्रिक गणतन्त्रात्मक शासन व्यवस्था स्थापना गरे पनि यसले आत्मसात् गरेका मूल्य र मान्यतालाई आमजनताको घरदैलामा पु¥याउन प्रयास गरिरहेका बेला महामारीको संकटसँग जुध्नुपर्ने दुःखदायी अवस्था आयो ।

एकातिर नयाँ व्यवस्थाको संस्थागत विकास गर्नुपर्ने र अर्कातर्फ कोरोना संकटको समुचित व्यवस्थापन गरेर देश र जनताको समृद्धिको चाहनालाई मूर्तरूप दिनुपर्ने जिम्मेवारी राजनीतिक र प्रशासनिक नेतृत्वको काँधमा छ । यसका लागि राजनीतिक र प्रशासनिक नेतृत्वबीच सकारात्मक सहकार्य र समन्वय हुनु अत्यन्त जरूरी छ । तर, अहिलेकै जस्तो व्यवहार र आचरण कायम राख्दै जाने हो भने संघीय शासन प्रणालीलाई सफल बनाउन कठिन छ । मुलुकलाई कोरोना संकटबाट सहजै पार लगाउन पनि सकिँदैन । अब शासक र प्रशासकले सुशासनका अत्यावश्यक शर्त पालना गर्नैपर्छ । नैतिकता र इमानदारीपन अक्षरशः व्यवहारमा लागु गर्न सकियो भने सबै खालका समस्याको समाधान खोज्न सकिन्छ ।

संघ, प्रदेश र स्थानीय तहका जनप्रतिनिधिले संवैधानिक व्यवस्थाअनुसारको अन्तरसम्बन्धलाई व्यवहारिक रूप दिन सक्नुपर्छ । सहकार्य, सहअस्तित्व र समन्वय अहिलेको अहम् आवश्यकता हो । जनताको काम र समस्यालाई आफ्नै काम र समस्या ठानेर सकेसम्म चाँडोभन्दा चाँडो समाधान गर्ने प्रयास गरिदिनुपर्छ । नीति निर्माण तथा कार्यान्वयनमा संलग्न हुने राजनीति र प्रशासन हाँक्ने पक्षहरू सदाचारी, निष्पक्ष, तटस्थ, उद्देश्यमूलक, धैर्यवान्, लगनशील र जनताको समस्यालाई नजिकबाट बुझ्ने र समाधान गर्ने गरी गतिशील हुन सक्नुपर्छ ।

उत्तरदायी सरकार आवश्यक

सरकार नागरिकप्रति जिम्मेवार र उत्तरदायी हुन सके मात्रै मुलुकले भोग्नुपरेका तमाम समस्या समाधान हुन्छन् । अहिलेको सबैभन्दा ठूलो समस्या भनेकै कोरोना संकट हो । सरकारले कोरोना संकट न्यूनीकरण र व्यवस्थापन गर्न चालेका कदमको परिणाम अहिले नै मापन गर्न सकिने अवस्था छैन । यतिबेला सरकारका कार्यक्रमले जनताको मन छोएको अवस्था हुनुपर्ने हो ।

व्याधी रोकथाम गर्न संघीय, प्रदेश र स्थानीय सरकार सक्रिय छन् । तर, नागरिकको अपेक्षा र गुनासा पनि आइरहेका छन् । सरकारको प्रभावकारिता जनताको सन्तुष्टिसँग जोडिएको हुन्छ । कोरोना महामारी व्यवस्थापन थालिएको बन्दाबन्दी र निषेधाज्ञाबाट जनजीविकामा परेको संकटमा सरकारको ढाडस जनताले महसुस गर्नुपर्छ ।

स्थानीय सरकार बढी जिम्मेवार

राज्यशक्तिको बाँडफाँडपछि ७ सय ५३ वटा स्थानीय तहले सिंहदरवारको अधिकार प्रयोग गरिरहका छन् । जनतालाई सबैभन्दा नजिकबाट सेवा दिने तह भनेकै स्थानीय तह हुन् । त्यसैले अहिलेको कोरोना संकट समाधानका लागि पनि स्थानीय तहलाई नै सबैभन्दा बढी साधनस्रोत सम्पन्न बनाउनुपर्छ । संघीय लोकतान्त्रिक गणतन्त्रको सफलता र असफलता नै स्थानीय तहको काम र प्रभावमा निर्भर छ । यसकारण स्थानीय शासनलाई सुदृढीकरण गर्नु पहिलो सर्त हो । यसका लागि स्थानीय शासनसम्बन्धी संवैधानिक तथा कानुनी व्यवस्थाको प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्नुपर्छ भने कानुनी व्यवस्थाहरू सरल, पादरर्शी र नागरिकमैत्री बनाउनुपर्छ । यस्तै स्थानीय तहको आधारभूत भौतिक पूर्वाधार निर्माण र विकासमा जोड दिनुपर्छ । स्थानीय तहले आर्थिक विकास र समृद्धिको ध्येय राख्नुपर्छ । गुणस्तरीय सेवाप्रवाहमा विशेष ध्यान दिनुपर्छ । सुशासनको महत्त्वपूर्ण कडीका रूपमा रहेको जनउत्तरदायित्व, विधिको शासन, पारदर्शिता, समता र समावेशितामा विशेष जोड दिनुपर्छ । विभिन्न उपाय अपनाएर स्थानीय तहलाई सक्षम सेवाप्रवाह गर्ने इकाइका रूपमा विकास गर्न सक्नुपर्छ । अहिले कोरोना संकट समाधान गर्न स्थानीय तहले केन्द्रसँग राम्ररी समन्वय गरेर नयाँ योजना र कार्यक्रम ल्याउनुपर्छ । महालेखा परीक्षकको पछिल्लो प्रतिवेदनले स्थानीय तहमा हुने विभिन्न फजुल खर्च रोक्न सुझाव दिएकाले त्यस्ता सबैखाले फजुल खर्च रोकेर सो रकम कोरोना नियन्त्रणका लागि खर्च गर्नुपर्छ ।

सदाचार नीति आवश्यक

मानव व्यवहारको सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण पक्ष भनेकै सदाचारिता, नैतिकता र इमानदारिता हुन् । यी शासक र प्रशासकका लागि सफलता हासिल गर्ने महत्त्वपूर्ण औजार हुन् । यस अन्तर्गत लोभ लालच नगर्नु, क्रोध मोहमा नपर्नु, साँचो बोल्नु, धर्मकर्मको हेक्का राख्नु, सही र गलत छुट्याएर निर्णय गर्नु, ऐन नियम र विधि विधानको पालना गर्नु जस्ता कर्म पर्छन् । चोरी नगर्नु, हिंसा नगर्नु, कसैलाई पनि अपमान नगर्नु, सदैव मानव कल्याणमा लागिरहनु पनि सदाचारिता र नैतिकताकै उदाहरण हुन् ।

सरकारले छिटोभन्दा छिटो सदाचार नीति कार्यान्वयनमा ल्याउनुपर्छ । प्रधानमन्त्री तथा मन्त्रिपरिषद् कार्यालयले सदाचार नीतिको मस्यौदा बनाएको वर्षौं भइसकेको छ । संघ, प्रदेश र स्थानीय तहका पदाधिकारीलाई सदाचार नीतिको मालामा समाहित गर्न सकियो भने जनताले राम्रो सेवा पाउँछन् ।

अहिले कोरोना संकटबाट मुलुकलाई पार लगाएर देशमा समृद्धिको बहार ल्याउन पनि सबै राष्ट्रसेवकका लागि सदाचार नीति बनाएर उनीहरूलाई अनुशासन र नैतिकतामा बाँध्नुपर्ने आवश्यकता बढेर गएको छ । देशको समग्र विकास निर्माण कार्यलाई अघि बढाई मुलुकलाई प्रगति र समृद्धिपथमा लैजान, सेवाप्रवाह र शासकीय व्यवस्थाका सबै तहका विविध प्रवृत्ति र रूपका अनियमितता एवं भ्रष्टाचारजन्य क्रियाकलापको नियन्त्रण गरी सदाचारयुक्त, नैतिकवान्, सुसंस्कृत र समृद्ध समाज निर्माण गर्न सदाचार नीतिको आवश्यकता बढ्दै गएको छ । सार्वजनिक निकाय, निजी क्षेत्र, गैरसरकारी एवं सहकारी क्षेत्र र नागरिक समाज सम्बद्ध संस्था एवं पदाधिकारीसम्म फैलिएको भ्रष्टाचारजन्य प्रवृत्ति, घटना र कार्य तथा अनियमितता, ढिलासुस्ती, लापरवाही, गलत निर्णय जस्ता विविध खालका विकृति, विसंगतिलाई निराकरण गर्न पनि सदाचार नीति अत्यावश्यक छ ।

यसैगरी नेपाल भ्रष्टाचार नियन्त्रणसम्बन्धी संयुक्त राष्ट्रसंघीय महासन्धिको अनुमोदन गर्ने सदस्य राष्ट्र भएकाले सो महासन्धिका प्रावधानलाई लागू गर्न सहज वातावरण सिर्जना गर्न पनि सदाचार नीति छिटोभन्दा छिटो निर्माण गरी लागू गर्नुपर्छ ।

सदाचारितामा बाँधिनुपर्ने पक्षहरू

राज्य सञ्चालन, विकास, समृद्धि र प्रगतिमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्ने पदाधिकारी र व्यक्तिका लागि यो नीति अनिवार्य रूपमा लागू गर्न सक्नुपर्छ । भ्रष्ट प्रवृत्ति र नैतिकहीन चरित्रबाट कोरोना संकटलगायतका तमाम संकटलाई समाधान गर्न सकिँदैन ।

सदाचार नीतिमा सांसद तथा संसदीय समितिका विभिन्न पदाधिकारी, कार्यपालिका र न्यायपालिकाका सबै पदाधिकारी तथा कर्मचारी, सबै संवैधानिक निकायका पदाधिकारी, राजनीतिक नियुक्ति पाउने सबै पदाधिकारी, निजामती तथा अन्य सबै राष्ट्रसेवक कर्मचारीलाई बाँध्नुपर्छ ।

यसैगरी प्रहरी, सेना तथा सबै सुरक्षा निकायका कर्मचारी, सबै ट्रेड युनियनका पदाधिकारी, सबै राजनीतिक दलका पदाधिकारी, तिनका भ्रातृ संगठनका पदाधिकारी, शिक्षक, प्राध्यापक, चिकित्सक, निजी संस्थाका पदाधिकारी, सहकारी संस्थाका पदाधिकारी, गैरसरकारी संस्थाका व्यक्तिलगायत सबैलाई इमानदार र नैतिकवान् बनाउने गरी सदाचार नीति बनाएर लागू गर्न सकियो भने कुशासन, आर्थिक अपराध र बिचौलियाको राज स्वतः अन्त्य हुनेछ ।

असल शासन अपरिहार्य

प्रधानमन्त्री केपी शर्मा ओलीले आफू सरकारमा आएदेखि नै भ्रष्टाचारमा शून्य सहनशीलताको नीतिलाई अख्तियार गरिने बताउँदै आउनुभएको छ । प्रधानमन्त्रीको यो नीतिलाई सरकारमा प्रतिनिधि, जनप्रतिनिधि र उच्च पदस्थले आत्मसात् गरे कि गरेनन् भन्ने प्रश्न चाहिं अहिलेका लागि अहम् हो । समय समयमा सरकारले गरेका कामका विषयमा टिप्पणी हुने गरेका छन् । विवाद सार्वजनिक हुने गरेका छन् । यस्ता विषय आउनासाथ सरकारले त्यसको वास्तविकता बुझेर आमजनतासामु उजागर गर्नुपर्छ । असल शासनको महत्त्वपूर्ण आधारका रूपमा रहेको विधिको शासनलाई कहिल्यै पनि बिर्सनुहुँदैन ।

यसैगरी शक्तिको पृथकीकरण र सन्तुलनलाई उच्च प्राथमिकता दिनुपर्छ भने मौलिक अधिकारको संरक्षण गर्नुपर्छ । यस्तै नागरिकका पीडा, समस्या र मागप्रति जहिल्यै पनि

संवेदनशील बन्नुपर्छ । पारदर्शितालाई उच्च प्राथमिकता दिनुपर्छ । शासक र प्रशासकले नागरिकसँग नै हातेमालो गरी विकासमा जनसहभागिता बढाउनुपर्छ ।

आधुनिक मलेसियाका विकास सूत्रधार महाथिर मोहम्मद र सिंगापुरका ली क्वान युले आफ्नो देशलाई समुन्नत बनाउन धेरै मिहिनेत र परिश्रम गरे । उनीहरूले लोभलालचलाई पूर्ण रूपमा त्याग गरी आफूलाई नैतिकवान् शासकका रूपमा स्थापित गरे । त्यसैले हाम्रा प्रधानमन्त्री र उनका सारथीले पनि त्यसको सिको गर्न सक्नुपर्छ ।

मुलुकमा विकासका धेरै सम्भावना छन् । ती सम्भावनाको ढोकालाई दीर्घकालीन रूपमा खोल्न राजनीतिक र प्रशासनिक नेतृत्व आमूल रूपमा सच्चिनुपर्छ । आमनागरिक, समाजका सदस्य पनि सिर्जनशील बन्न सक्नुपर्छ । सधैं समस्या र विवादका विषयमा तर्क वितर्क गर्नुभन्दा पनि नागरिक समाजले समाधानका सही उपायहरू पनि सुझाइदिनुपर्छ । नागरिक समाजका सदस्यमा सकारात्मक सोचको विकास हुनुपर्छ । स्वस्थ आलोचना गर्दै समाधानका लागि उपायका बाटा औँल्याइदिने बानीको विकास आमजनस्तर र नागरिक समाजका अगुवामा खासै हुन सकेको छैन ।

प्रधानमन्त्री केपी शर्मा ओलीमा अथाह भिजन देखिन्छ तर उनमा रहेको भिजनलाई कार्यान्वयन गर्न उनका टिम र प्रशासनिक संरचनामा रहेकालाई कठिन भइरहेको छ । प्रधानमन्त्री ओलीले जुन लय र गतिमा मुलुकको आर्थिक समृद्धि र सुशासनको भावी प्रारूप कोरेका छन् अब त्यो लय र गतिलाई नेपालको प्रशासनयन्त्रले पनि गम्भीरतापूर्वक आत्मसात् गर्न जरुरी छ ।

उदाहरणका लागि प्रधानमन्त्री ओलीले समय सदुपयोगको सिद्धान्त, स्रोत साधन सदुपयोगको सिद्धान्त, योजनाबद्ध प्रयास, गतिशीलताको सिद्धान्त र एकाग्रताको सिद्धान्त अवलम्वब गर्न दिएको निर्देशनलाई लिन सकिन्छ । प्रधानमन्त्रीले दिएको यस प्रकारको निर्देशनले कति परिणाम ल्यायो, यसका लागि कसको योगदान के रह्यो, अनुगमन मूल्याङ्कन हुनुपर्छ । अनुगमन गर्दा कमजोर नैतिकता, सदाचार र आचरण प्रदर्शन गर्ने तथा अनुचित कार्य गर्नेमाथि कडा कानुनी कारबाहीको व्यवस्था गर्नुपर्छ भने उच्चस्तरको नैतिकता, सदाचार र आचरण देखाउनेलाई पुरस्कृत गर्ने व्यवस्था गर्नुपर्छ ।

वित्तीय अनुशासन कायम गर्न र जवाफदेही बनाउन उपयुक्त संयन्त्र बनाउनुपर्छ । सरकारका लक्षित नीति योजना, बजेट र कार्यक्रम कार्यान्वयन गराउन प्रधानमन्त्री कार्यालयमा नै कार्यान्वयन संयन्त्र स्थापना गरेर कार्यान्वयन तहलाई सशक्त बनाउनुपर्छ । भ्रष्टाचारविरूद्धको संकल्पमा राजनीतिक र प्रशासनिक नेतृत्व प्रतिवद्ध हुनुपर्छ । भ्रष्टाचारविरूद्धमा कार्यरत ओभरसाइट एजेन्सीहरूलाई पनि शक्तिशाली र स्रोत साधन सम्पन्न बनाउनुपर्छ । त्यस्ता निकायमा हुने राजनीतिक हस्तक्षेप पूर्ण रूपमा बन्द गरिनुपर्छ ।

निष्कर्ष

मुलुकमा भ्रष्टाचार, बेथिति, अराजकतावाद मौलाउँदै गयो भने कोरोना संकटले मुलुक नराम्ररी थलिने निश्चित छ । त्यतिखेर देश पूर्णतः असफल राष्ट्रका रूपमा चित्रित हुनेछ । जनताले भोग्नुपर्ने समस्या अकल्पनीय हुनेछन् । त्यसैले पनि सरकारले आफ्ना सबै निकायलाई सुशासनयुक्त बनाउँदै कोरोना संकटसँग सामना गरेर विजय हासिल गर्ने र मुलुकलाई समृद्धि तथा विकासतर्फ अग्रसर गराउने गरी चलायमान बनाउन सक्नुपर्छ ।

(लेखक ‘राजधानी’ राष्ट्रिय दैनिकका सम्पादक हुनुहुन्छ ।)

सरकारले आफ्नै स्वामित्वमा पत्रिका सञ्चालन गरेको प्रायः पाइँदैन । दक्षिण एशियाली देशहरूमा भुटानले 'क्युनसेल' र नेपालले 'गोरखापत्र' सरकारी स्वामित्वको प्रकाशनका रूपमा सञ्चालन गरेका छन् ।

एकराज पाठक

मिडिया 'सरकारी' भएपनि पत्रकारिता सार्वजनिक हो

शिक्षा र सूचना

सूचना जानकारी या खवरमात्र होइन । अहिलेको सूचना भनेको ज्ञान हो । ज्ञानमा आधारित सूचना नै जनताको शक्ति हो । त्यसैले सूचनाले ज्ञान र ज्ञानले शक्तिआर्जन गर्न सक्छ भनिएको हो । सूचना नागरिकको स्रोत र अवसर पनि हो । पहिलेका शासकहरू धेरै क्षेत्रफलयुक्त देशको जमिन, पैसा एवं ठूलो सैन्य संख्यालाई शक्ति ठान्दथे । विगतका साम्राज्यवादी राज्यव्यवस्थाहरूको पृष्ठभूमि पनि यही नै हो । तर अहिलेका शासक भने यी विषयलाई शक्तिका रूपमा मापन गर्न तयार छैनन् । सूचना नपाएको व्यक्ति, समाज र राष्ट्र नै पछि परेकोले यस्तो अवस्था आएको हो । त्यसैले यसो भन्दा अनर्थ हुदैन कि यो शताब्दीको शक्ति भनेकै सूचना हो । सारा संसारले अहिलेको ज्ञान सूचनाबाटै आर्जन गरिरहेको छ । जो सुसूचित छ, ऊ समाजमा पनि अघि बढेको छ । सूचनामा पछि पर्ने व्यक्ति अरु सबै क्षेत्रमा पछि पर्दछ ।

सूचनाको प्रयोगलाई यसरी हेरौं, सूचना जम्मा पारेर राखेको संयुक्त राष्ट्रसंघ विश्व कै शक्तिशाली संस्था बनेको छ । पैसा र सेना हुने पुरानो जमानाका साम्राज्यवादी भनिएका या शक्तिशाली मानिएका देशहरू अहिले त्यो विरासदमा छैनन् । शक्तिको मापन सूचना र ज्ञानमा गरिन्छ । अमेरिका शक्तिशाली राष्ट्रको सूचीमा दर्ज भएको कारण पनि यही हो । उसले संसारका प्रतिभाशाली र ज्ञानमा आधारित सीप भएका व्यक्तिहरू र संसारको सूचना जम्मा पारेर बसेको छ । हाम्रै देशका कतिपय सूचनाहरू पनि हामीसँग भन्दा उनीहरूसँग उपलब्ध होला ।

मानौं, कोरोना भाइरसको औषधि थाहा पाउने, त्यो सूचना पाउने देशको नक्सा विश्व मानचित्रमा एकाध वर्षमै पक्का फेरिन्छ । यसरी यो युगमा कुनै पनि समाजमा शक्तिको मापन ऊसँगको सूचना र ज्ञानमा आधारित भएर गरिएको छ ।

सूचना र शिक्षा एकापसका परिपूरक हुन् । कुनै पनि देशले नागरिकलाई सुसूचित गराउनु भनेको त्यो देशका नागरिकलाई शिक्षित बनाउनु पनि हो । जसरी शिक्षा नागरिकको नैसर्गिक अधिकार हो, त्यसैगरी सूचना पनि हो । देशको विकासमा शिक्षित र सुसूचित नागरिककै भूमिका अहम रहने गर्दछ । समृद्धिका लागि आवश्यक सूचकका यस कोणबाट हेर्दा शिक्षा दिनुजस्तै नागरिकलाई सूचना दिनु पनि राज्यको दायित्व भित्र पर्दछ । लोककल्याणकारी राज्यले आफ्ना नागरिकलाई शिक्षा, रोजगारी, स्वास्थ्य सुविधा, सुरक्षासहित सूचना पनि दिनुपर्छ । यो प्रजातान्त्रिक राज्यको कर्तव्य हो भने नागरिकको मौलिक अधिकार हो ।

त्यसो भए राज्यले नागरिकलाई शिक्षा कसरी दिने त ? विश्वका विभिन्न देशहरूले यो प्रश्नको उत्तर आफ्ना–आफ्नै विधि, साधन र तौरतरिकाबाट दिएका छन् । यसका लागि कतिपय देशहरू आफैले सञ्चार माध्यम स्थापना गर्ने या निजी

क्षेत्रमा पनि नागरिकले मिडिया हाउस सञ्चालन गर्न सक्ने गरी संवैधानिक तथा कानुनी व्यवस्था गरेका छन् ।

सरकारले आफ्नै स्वामित्वमा पत्रिका सञ्चालन गरेको प्रायः पाइँदैन । दक्षिण एशियाली देशहरूमा भुटानले क्युनसेल र नेपालले गोरखापत्र सरकारी स्वामित्वको प्रकाशनका रूपमा सञ्चालन गरेका छन् । भुटानमा राज्यव्यवस्थाको मोडेल नै राजा केन्द्रीत छ । त्यहाँ निजी क्षेत्रमा मिडिया सञ्चालन गरेर स्वतन्त्र रूपमा 'कन्टेन्ट' उत्पादन गरी प्रतिस्पर्धाका आधारमा मिडिया हाउस सञ्चालन हुन सक्ने अवस्था छैन । यसकारण उनीहरूले सरकारका खबर दिन पत्रिका चलाएका हुन् । यता नेपालको गोरखापत्र सञ्चालन भुटानको जस्तो होइन । गोरखापत्र नेपाली अखबारी पत्रकारिताको जग बसाल्ने शिला हो । यसको यात्रा सवा सय वर्षमा उक्लिने चरणमा छ । सय वर्षको जीवित इतिहास भएका कारण गोरखापत्रप्रति पाठकको माया र सम्मान सरकारी पत्रिका भन्दा बेग्लै हुन्छ, हुनुपर्छ र छ ।

'सरकारी' मिडियाको प्रसंग

सरकारले सार्वजनिक सूचना प्रवाहका लागि स्थापना गरेका मिडियालाई सिद्धान्ततः सरकारी भन्नु या मान्नु हुँदैन । यी स्वामित्वका दृष्टिले मात्र सरकारी हुन् । कन्टेन्टका हिसाबले सार्वजनिक हुन् । उसोभए सरकारको स्वामित्वमा रहेका बाहेकका सबै मिडिया निजी हुन् त ?कुनै एक निजी स्वामित्वमा भएको मिडियाले आफ्ना लागि मात्र सूचना उत्पादन गर्दैन । उसले उत्पादन गरेका सूचना सार्वजनिक रूपमा प्रवाह गर्छ, वितरण गर्छ । एउटा प्रकाशनलाई निजी मिडिया मान्ने हो भने उसले भोलि के समाचार दिँदैछ भनेर समाचार कक्षबाहिर कुरेरै बसेका हजारौं पाठकलाई के भन्ने ? यस कोणबाट मिडियामा लगानी जसको होस्, यिनीहरूको कामले सार्वजनिक महत्वका बिषयसँग सम्बन्ध राख्ने भएकोले सबै मिडिया सार्वजनिक (पब्लिक) नै हुन् । मिडिया बन्नका लागि सबैले उत्तरदायित्वको सिद्धान्त पालना गरेकै हुनुपर्छ ।

जहाँसम्म सरकारले मिडिया सञ्चालन गर्नु हुन्छ कि हुँदैन ? प्रश्नको उत्तररूमा म त भन्छु – हुन्छ, गर्नुपर्छ । माथिको यो आलेखको पृष्ठभूमि पनि यसैका लागि हो । राज्यले नागरिकलाई शिक्षा दिन विद्यालय खोले जस्तै नागरिकलाई सूचना दिनका लागि पनि मिडिया सञ्चालन गर्नसक्छ । यसको मतलव सरकारले मिडिया खोलेर आफ्नो मात्र प्रचार गर्नु पर्छ भन्ने हुँदैन । जनताका कुरा झन् बढी ल्याउनुपर्छ ।

नेपालमा स्थापना भएका सरकारी सञ्चार माध्यमको पृष्ठभूमि सरकारी गुणगानका लागि भएको देखिँदैन । रेडियो नेपालको जन्म २००७ सालको क्रान्तिको गर्भबाट भएको हो । गोरखापत्र स्थापना गरेपछि यसका संस्थापक देव शमशेरले के समाचार छाप्ने भन्ने विषयमा सम्पादक नरदेव पाण्डेलाई दिएको सनदमा 'हाम्रा तारिफका कुरा नछाप्नु' भन्ने आदेश स्पष्टसँग लेखेरै दिएका थिए । गोरखापत्र प्रकाशनको शुरूआत गर्दाको उद्देश्य सरकारको प्रचार गर्नु होइन, थिएन भन्ने कुरा यसबाट स्पष्ट हुन्छ । पछिका प्रयोग पाठकले अनुभूति गर्नुभएको छ ।

नेपालमा संघ सरकारको स्वामित्वमा सञ्चालनमा रहेका मिडियामा गोरखापत्र, रेडियो नेपाल, राष्ट्रिय समाचार समिति र नेपाल टेलिभिजन छन् । त्यस्तै स्थानीय तहमा काठमाडौं महानगरले सञ्चार सञ्चालनको लामो यात्रा तय गरिसकेको छ । यी सञ्चारले देशमा भएका विपद् र महामारीका समयमा के गरे ? उनीहरूले सूचना प्रवाह गरेका कारण असहज परिस्थितिलाई सहज बनाउन कति सहयोग पुग्यो ? नागरिकले ढाडस पाए कि पाएनन् ? भन्ने कुराको निष्पक्ष मूल्याङ्न गर्ने हो भने सरकारको स्वामित्वमा मिडिया सञ्चालन गर्नु हुन्छ कि हुँदैन भन्ने उत्तर आउँछ ।

नागरिक आत्तिएका बेला, के गर्ने के नगर्ने अन्यौल भएका बेला, सरकारको कुरा सुनाउने भनेकै सरकारका आधिकारिक माध्यमबाट नै हो । आधिकारिक व्यक्ति र माध्यमबाट सूचना आइदिंदा नागरिकलाई ढुक्क हुन सजिलो बनाउँछ । यो नेपाली परिवेशमा प्रयोग भएको अभ्यास हो । यस्तो समयमा नागरिकलाई आधिकारिक र विश्वसनीय समाचार समयमा नै चाहिन्छ । यसको मतलत यस्तो सयममा अरु मिडियाले जनताको सेवामा काम गरेनन् वा गर्न सक्दैनन् भन्न खोजिएको भने होइन । उनीहरूले सरकारमाथि निगरानी राखेर बाटो देखाइ दिंदा जनतालाई सेवा प्रदान गर्न सरकार जिम्मेवार बन्छ ।

पत्रकारिता र विश्वसनीयता

पत्रकारिता र पत्रकारको सबैभन्दा ठूलो सम्पत्ति भनेको विश्वसनीयता हो । सत्यतथ्य र सन्तुलनजस्ता विषयलाई समाचारमा कायम गर्न सकियो भने मात्र पत्रकारितामा विश्वसनीयता हुन्छ । सम्प्रेषण गरिएको समाचारमा सत्यता र सन्तुलनले मानिसमा विश्वास बढाउँछ । विश्वास नभएको सञ्चारमाध्यमबाट प्रकाशित प्रसारित सामाग्रीले समाज व्यवस्थापनमा असहज परिस्थिति सृजना हुन सक्छ । पत्रकारितालाई हतारको साहित्य भनिन्छ । हतारमा समाचार तयार गर्नुपर्ने र यसका कारण गल्ती पनि हुनसक्ने सम्भावनालाई मध्यनजर गरेर यस्तो भन्ने गरिएको हो । तर गल्ती एक वा दुई पटक हुन्छ, सधैं हुदैन भन्ने यथार्थ पाठकले थाहा पाइहाल्छन् ।

कसैप्रति कुनै भेदभाव नगर्ने, निष्पक्ष र सन्तुलित सूचना दिने, सुनेको भरमा मात्र समाचार बनाउने नभई आफै घटनास्थलमा पुगेरै समाचार संकलन गर्नेजस्ता कार्य गर्न सकिएमा मात्र समाचारप्रति नागरिकको विश्वास बढ्न जानेछ । कुनै पत्रकारका कारणले भन्दा पनि प्रकाशित प्रसारित समाचारका कारणले आमनागरिकमा विश्वास आर्जन गर्न सहयोग पुग्ने हो ।

मिडियाको दायित्व

पत्रकारिताको समाजप्रतिको धेरै दायित्व छ । समाजमा सबैभन्दा अघि हिंड्ने अगुवा पत्रकारिता नै हो भनिन्छ । अहिले कोभिड १९ को महामारी छ । यसको नियन्त्रणमा सरकारले काम गरिरहेको छ । सरकारले के गरिरहेको छ ? नागरिकले हेरिरहेका छन् । यसबेला आम सञ्चारका सामाग्रीले महामारीलाई

नियन्त्रणात्मक र निदानात्मक विधिहरूलाई कत्तिको सघाउ पुगेको छ ? हामीले हेर्नुपर्ने हुन्छ । यो संकटका बेलामा अहिले बसालेको थिति नै भोलिको पुस्ताले सम्भावित यस्तै महामारीका विरुद्ध लड्ने अस्त्र बन्न सक्छ । हामीले अहिले नै गलत सिकायौं भने भोलिका पुस्ताले झन् बढी दुःख पाउन सक्छन् । यस्तै समयमा हाम्रा पूर्वजले के गरेका रहेछन् भनेर हेर्ने गरिन्छ र हेर्नु पनि पर्दछ । त्यसैले पनि अहिलेको यो महामारीबाट हामी मिडियाकर्मीहरूले धेरै सिक्नु र जान्नुपर्छ अनि थिति बसाल्नुपर्छ ।

यस्तो बेलामा महामारीबाट तुलनात्मक रूपमा बच्न अथवा नियन्त्रण गर्न सकेका देशहरूका सफलताका उदाहरणहरू दिन सकिन्छ । दक्षिण कोरिया, सिंगापुर, ताइवान, जापानजस्ता देशहरूले कसरी त्यहाँको अवस्थालाई नियन्त्रणमा लिन सकेका छन् भन्ने उदाहरणहरूले हामीलाई व्याधीसँग लड्न सजिलो बनाउनेछ ।

अवस्थालाई काबुमा ल्याउन आधिकारिक, सही र तथ्यपूर्ण सूचनामात्र दिनुपर्छ । महामारी नियन्त्रण गर्न उत्प्रेरित गर्ने बढी भन्दा बढी सफलताका कथाहरूको प्रचारप्रसार गर्ने गर्नुपर्छ । यसले विरामी, स्वास्थ्यकर्मी तथा विरामीका आफन्तहरूको मनोबल उच्च राख्न र प्रेरित गर्न सक्छ । मृत्यु हुनेको समाचार दिन त्यति हतार गर्नु हुँदैन किनभने यसले गर्दा संक्रमितहरू, उपचाररत या क्वारेन्टिनमा रहेकाहरूको आत्मबलमा ठेस लाग्न सक्छ ।

(पाठक राससका कार्यकारी सम्पादक हुन् ।)

मेट्रो एफ एम ९४.६

हरेक शुक्रबार

समय	कार्यक्रम
०५:२५- ०५:३०	प्रसारण आरम्भ
०५:३०- ०५:४५	प्रवचन-पूर्वीय दर्शन र आध्यात्म
०५:४५- ०६:००	प्रवचन-बौद्ध दर्शन
०६:००-०६:३०	मेट्रो हालखवर (समाचार) -राष्ट्रिय मुख्य समाचार
०६:३०-०७:००	मन्थन (बिषय बिश्लेषण)- आर्थिक/सामाजिक/राजनीतिक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	डबली-समाचार र घटना बिश्लेषण
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल बुखँ-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:१५	नेपाल मण्डल दबू-अन्तरवार्ता
०८:१५-०८:४५	नेवाः जनसरोकार - विचारमुलक कार्यक्रम
०८:४५-०९:००	स्वदेश / राष्ट्रिय गान जागरण
०९:००-०९:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १
०९:३०-१०:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा २
१०:००-११:००	स्वनिगःया सः- उपत्यकाको समस्या
११:००-११:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ३
११:३०-१२:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ४
१२:००-१२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ५

समय	कार्यक्रम
१२:३०-०१:००	अंग्रेजी गीतको कार्यक्रम- मनोरञ्जनात्मक
०१:००-०२:००	स्वर संगीत-हिन्दी गीतमा आधारित
०२:००-०२:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ६
०२:३०-०३:००	रेडियो शिक्षा-कक्षा ७
०३:००-०३:३०	रेडियो शिक्षा-कक्षा ८
०३:३०-०३:४५	नेपाली पुराना गीतहरू-मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०३:४५-०४:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०४:००-०४:४०	रेडियो शिक्षा -कक्षा ९
०४:४०-०५:००	लोक गीतहरु -मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०५:००-०५:४०	रेडियो शिक्षा-कक्षा १०
०५:४५-०६:००	मेट्रो हालखबर-समाचार
०६:००-०६:३०	तामाङ् भाषाको कार्यक्रम-नाङ्साल
०६:३०-०७:००	महानगर गतिविधि-समाचार/जानकारीमुलक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल-राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	संवाद -समसामयिक अन्तर्वार्ता
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल-नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:४५	नेपाल भाषाका गीत-मनोरञ्जनात्मक
०८:४५-०९:००	शास्त्रीय बादन र गायनमा आधारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०९:००-१०:००	भावना-सूचना र मनोरञ्जनात्मक

रेडियो सेवामा समाचार तथा जानकारीमुलक, शिक्षामुलक तथा चेतनामुलक कार्यक्रम, भाषाभाषीका समाचार र कार्यक्रमसँगै मनोरञ्जनात्मक विषय समावेश हुने गरेका छन् ।

चन्द्रमणि भट्टराई

काठमाडौं महानगरको सञ्चार : विकास र विस्तार

वि. सं. १९५५ बाट शुरु भएको नेपाली पत्रकारिता प्रसारण पत्रकारितासम्म पुग्न आधा शताव्दी भन्दा बढी समय लाग्यो । सन् १९२० मा प्रथम पटक रेडियो प्रसारण शुरु भएपछि अस्तित्वमा आएको प्रसारण पत्रकारितालाई नेपाल भित्रन करीब ३० वर्ष लाग्यो । नेपालको पहिलो राष्ट्रिय प्रसारणका रुपमा वि.सं. २००७ साल चैत्र २० गतेदेखि नियमित रुपमा रेडियो नेपालको प्रसारण शुरु भयो । ०४६ सालको प्रजातन्त्र पछि निजी क्षेत्रको लगानीमा आम सञ्चारमाध्यम खुल्न थाले । त्यसपछि साबिक स्थानीय निकायले पनि आफ्ना कार्य र योजना आमसञ्चार मार्फत प्रकाशन थाल्यो ।

कामपाको संरचनामा सञ्चार प्रणाली :

१९९६ साल पुस २ गते सफाइ अड्डाका रुपमा स्थापना भएको काठमाडौं महानगरको संरचना विकास र परिवर्तनका क्रममा वि.सं. २००३ सालदेखि छापा सञ्चारले पनि प्रवेश पायो । २००३ साल फागुन २ गते तत्कालीन प्रधानमन्त्री पद्मशमशेरले आफ्नै निवास विशालनगरमा मानिसहरू भेला गरी नगरपालिका घोषणा गरे । साथै आफूले गरेका काम बारे जनतालाई थाहा दिन 'जनचेतना' नामक पत्रिका पनि निकाले । त्यो कति अङ्क प्रकाशित भयो एकिन भएन । २००७ सालमा आन्दोलन थालेपछि यसको प्रकाशन बन्द भएको हुनुपर्छ ।

मैले प्राप्त गरेको अङ्क २०१३ साल असोज १ गते प्रकाशित वर्ष ३, अङ्क १७ को हो । का.न.पा. प्रकाशन समिति प्रकाशक थियो । यो मिति हेर्दा काठमाडौं नगरको पहिलो निर्वाचन हुँदा २०१० सालमा पत्रिका प्रकाशनमा थियो । हृदयचन्द्रसिंह प्रधान सम्पादक रहनुभएको यस पत्रिकाको बार्षिक मूल्य ४ रुपैयाँ र प्रति अङ्कको मूल्य २० पैसा हो । २६ पेजको त्यस अङ्कमा 'मोती जयन्ती', 'श्री हरिभक्तजीको सभापतित्वमा काठमाडौं नगरपालिकाको बोर्डमा भएका निर्णय', 'शिक्षाको मूल्यमा ह्रासको भयंकर नमूनाः आजकलको परीक्षा प्रणाली', 'स्त्री शरीरको व्यापारी', चीन सरकारको निमन्त्रणामा असोज ६ गते प्रधानमन्त्री टंकप्रसाद आचार्य चीन प्रस्थान गर्नुहुने, धर्मोदय सभाको कार्यकारिणी कमिटी गठनका समाचारहरू थिए । साथै भदौ १९, २२ र २६ गते नगरपालिका बोर्डले गरेका निर्णय पनि छापिएको थियो ।

त्यसबेला का.म.पा.ले गरेका निर्णय चित्त नबुझे त्यसमा लिखित व्यहोरा दिन सकिने व्यवस्था भएको पत्रिकामा प्रकाशित सूचनाबाट थाहा हुन्छ । सूचनामा लेखिएको छ –

काठमाडौं नगरपालिकाको सूचना

काठमाडौं नगरपालिका इलाकाभित्र तपसिलका मालसामान इत्यादि राख्ने पसले साहू–महाजनको निमित्त नगरपालिकाको दफा ११४ र ११५ मुताबिक बार्षिक लाइसेन्स, फी कर इत्यादि समेत लिन का.म.पा. सभाबाट निर्णय भएकोले कसैलाई चित्त नबुझे आजका मितिले २१ दिनभित्र अर्थात् असोज ८ गतेसम्म सर्वसाधारणमा बोध होस् भनी निम्न लिखित कुरामा कर दस्तुर, फी, लाइसेन्स दस्तुर इत्यादि खोली प्रकाश गरिएको छ । सो म्यादभित्र जो चाहिने व्यहोरा खुलाई यस का.म.पा. अफिसमा

आफ्नो भएको कुरा खुलाई पेश गर्नुहोला । म्याद नाघेपछि ऐन सवालबमोजिम भइ जानेछ ।

यो सूचनाबाट त्यसबेला स्थानीय शासनमा नागरिक सहभागितालाई स्वीकार गरिसकिएको देखिन्छ ।

नियमित उतारचढाव :

२०१० सालमा भएको काठमाडौं नगरको पहिलो निर्वाचनबाट निर्वाचित जनप्रतिनिधिलाई इस्तिहार लगाएर जेल हालियो । ०१४ सालमा निर्वाचित जनप्रतिनिधिको कार्यकाल शासन परिवर्तनको गतिविधिले सिध्यायो । वि.सं. २०५६ सालमा काठमाडौं महानगरपालिकाको आफ्नै एफ.एम. रेडियो स्थापना भयो । त्यसै सालको असोज १ गते १०० वाट क्षमतामा १०६ दशमलव ७ मेगाहर्जमा रेडियो चलाउन थालियो । त्यसलाई विस्तार गरी २०६१ श्रावण १ गते देखि ९४.६ मेगाहर्जमा ल्याइयो । त्यस्तै २०६२ असोज १ देखि १०० वाट क्षमता बढाएर ५०० वाटमा पुऱ्याइयो ।

लगत्तै टेलिभिजन स्टेशन स्थापना गर्ने प्रक्रिया पनि शुरु भयो । यसको अभ्यासका लागि टेलिभिजन रिपोर्ट बनाएर साँझ बसन्तपुरमा प्रोजेक्टरमार्फत देखाउन थालियो । यसमा सकारात्मक प्रतिक्रिया आए पछि २०५८ साल फागुन ७ गते प्रजातन्त्र दिवसको अवसर पारेर टेलिभिजन कार्यक्रम उत्पादन प्रसारण प्रारम्भ गरियो । यसपछि निजी उत्पादकको सहयोगमा तयार पारिएका कार्यक्रम नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण गर्न थालियो । यस अवधिमा 'महानगर' बुलेटिन प्रकाशन हुने-रोक्ने हुँदै गऱ्यो । २०७४ सालमा अनलाइन समाचार पोर्टल 'काठमाडौं अनलाइन' सञ्चालनमा ल्याइयो ।

महानगरको सञ्चार नीति र कार्यान्वयन अवस्था :

आ.व. २०५४/५५ को वार्षिक नीति तथा कार्यक्रमको बुँदा नं. १६ मा सञ्चार सम्बन्धि नीति थियो । त्यसमा लेखिएको थियो – 'महानगर एफ.एम. रेडियो सञ्चालन गर्नका लागि जर्मनीको एक संस्थाबाट प्राविधिक सहयोग प्राप्त भई प्रारम्भिक कार्य भइरहेको छ । एफ.एम. रेडियोबाट महानगरवासीलाई स्वास्थ्य, सरसफाई, यातायात आदि महत्वपूर्ण कुराहरूको जानकारी प्रदान गरिनेछ । बाँकी समयमा मनोरञ्जन कार्यक्रमहरू सञ्चालन गरिनेछ । एफ.एम. रेडियो सञ्चालन शुरु भएको दोश्रो वर्षदेखि नै रेडियो प्रसारण कार्यबाट महानगरपालिकालाई मुनाफा आर्जन हुने र महानगरपालिकाको प्रचार प्रसारमा हुने अन्य खर्च कटौती हुने विश्वास लिएको छ । मेट्रो टि.भी.का लागि सम्भाव्य अध्ययनको थालनी गरिनेछ ।'

हरेक वर्षका नीति तथा कार्यक्रममा यही मर्म समेटिए पनि कार्यान्वयनको पक्ष कमजोर हुने गरेको पाइन्छ । नीतिमा आत्मनिर्भरतातिर लैजाने कुरा गरिए पनि आर्थिक श्रोतका क्षेत्र र विज्ञापन दररेट, बजार सर्वेक्षण जस्ता कुरामा ध्यान पुऱ्याएको पाइन्दैन ।

विषयवस्तु :

महानगरले सञ्चालन गर्ने भएकोले योसँग महानगरपालिकाको वार्षिक बजेट, प्रशारण सामग्री र नागरिकको सम्बन्ध गाँसिएको छ । रेडियो सेवामा समाचार तथा जानकारीमुलक, शिक्षामुलक तथा चेतनामुलक कार्यक्रम, भाषाभाषीका समाचार र कार्यक्रमसँगै मनोरञ्जनात्मक विषय समावेश हुने गरेका छन् । यिनका विषयवस्तु नगरको विकास र सेवा प्रवाहमा जनताको सहभागिता, विकास साझेदारबीचको समन्वय, शहर निर्माणमा सार्वजनिक निजी साझेदारिता, सुरक्षित एवं समावेशी शहर निर्माण, संघ, प्रदेश र स्थानीय सरकारका अधिकार, आपसी सम्बन्ध, सहकारिता, साझेदारिताका विषयलाई प्राथमिकता दिने गरिएको छ । यस्तै कृषि, पशु वातावरणका मुद्दालाई नियमित उठाउने गरिएको छ । रेडियोबाट अहिले नेपाली, नेपाल, तामाङ र मैथिली भाषामा समाचार तथा कार्यक्रम प्रसारण हुन्छन् । यसअघि मगर, लिम्बु, अंग्रेजी लगायतका भाषामा रेडियो सामाग्रीहरू प्रस्तुत गरिन्थ्यो । संघीय प्रणालीमा तहगत सरकारलाई दिइएका एकल र साझा अधिकार, अन्तर सरकार साझेदारिता, प्राकृतिक श्रोतको उपलब्धता र बाँडफाँड, सुशासन, विद्युतीय प्रशासन र जनताका स्थानीय चासोका बिषय अहिले उठाउनु पर्ने मुख्य विषय हुन् ।

सञ्चार र विकल्प :

सञ्चारको विकल्प सञ्चार नै हो । माध्यम फरक हुन सक्छ । स्वामित्व र साझेदारिता तथा सञ्चालन ढाँचा फरक हुन सक्छ । तर सञ्चार सेवालाई विस्थापित गर्न सम्भव छैन । बरु विषय र प्रस्तुतिलाई अझ प्रभावकारी बनाउनेतर्फ सघन वहस गर्न सकिन्छ । यसलाई अझै विस्तार गरी उत्पादित सामाग्रीलाई सार्वजनिकस्थलमा बिद्युतीय बोर्डहरू राखेर महानगरबासीले थाहा पाउने प्रविधि प्रयोग गर्न सकिन्छ । अझ इन्टरनेटमा आधारित सेवा चलाउन सकिन्छ ।

स्थानीय तहलाई संविधानले स्थानीय सञ्चार व्यवस्थापन गर्ने केही अधिकार दिएको छ । आफूले पूरा गर्नुपर्ने दायित्व, नागरिकप्रति स्थानीय सरकारको जिम्मेवारी र सुशासनका लागि सञ्चारको भूमिका निर्धारण गर्नुपर्छ । सरकारी सञ्चारले नाफाको लक्ष्य राख्नु हुंदैन तर आत्मनिर्भर भयो भने दिगोपना सुनिश्चित हुन्छ । सञ्चारमाध्यमले खबरदारी मात्र गर्दैन शिक्षा र चेतना बढाउने काम पनि गर्छ । यी सबै विषयको सन्तुलन त्यसबेला मात्र सम्भव हुन्छ जब सञ्चारलाई स्वायत्तता दिइन्छ । यस कोणबाट महानगरको सञ्चार सिकाइलाई विस्तार गर्ने, अन्य स्थानीय सरकारका अभ्यासलाई ग्रहण गर्ने र क्रमशः स्वायत्तता दिंदै आत्मनिर्भरताको बाटोमा लैजाने सक्ने सम्भावना यथावत् छ ।

निष्कर्ष :

नेपालमा संघीय लोकतान्त्रिक शासन प्रणालीबाट नागरिक अधिकार सुनिश्चित भएको छ । सरकारलाई जनताले आँगनमा नै भेट्न पाएका छन् भन्ने सन्देश काठमाडौं महानगरबाट प्रसार हुन आवश्यक छ । संघीय राजधानी पनि भएकोले पनि यो दायित्व काठमाडौं महानगरले बोक्नै पर्छ । यी काममा सञ्चारलाई अन्तरघुलन गराउनु आवश्यक छ । यसले असल शासनका लागि जनसहभागितालाई प्रोत्साहन हुन्छ । स्थानीय सरकार र जनताबीचको निकट सम्बन्धलाई अझ नजिक बनाउंछ । सबै भाषाहरू, मौलिक संस्कृति, सम्पदा संरक्षण एवं संवर्द्धन, सेवा प्रवाह र सुविधा वितरणमा स्थानीयवासीहरू सुसूचित हुन पाउँछन् ।

(लेखक काठमाडौं अनलाइन समाचार पोर्टलका सम्पादक हुनुहुन्छ ।)

> Someone once said,' Journalism doesn’t need justification for its existence. Its service to society is justification in itself'.

Susmita Aryal

Media impacts more than it impress !!!

'If knowledge is meant to be power, then information is to liberate'- Kofi Annan, the former Ghanian diplomat who served as the seventh Secretary-General of the United Nations believes that the insight to information over any particular matter can have a diverse impact upon the public discourse, which is obvious true. Just like over the past eight months, how the world has been suffering severely from the deadly virus, we know how the media professionals working in the frontlines have been struggling to juggle up with the news headlines, stories, reporting and collecting information about the virus that has the worst repercussions worldwide.

Had the virus not broke out, the case would have been totally different but here, the case is not so. The case has been speeding up at an alarming rate from community to community and the situation is slowly turning into massive wreak havoc. Also, had mass communicators and journalists not been actively working in the frontlines in this chaotic situation, the world would have been deprived of the spontaneous information about what's happening in the nation or how covid-19 has affected general public in what ratio and in what way. Mass communication thus always, plays an important role to aware the public keeping in mind, which it maintains the strategy tools that helps public to be informed, influence and entertain at the same time. Mass communication serves as like 'change agents' that can change the perception of an audience. From mobilizing communication strategy to promoting positive behavior in an audience to motivating community for participation, mass communication plays a pivotal role in adverse situation and in peace building of the nation.

Talking about the role of mass communication is immense and so are its power and benefits. Although the primary purpose of mass communication as the term defines 'communication' is to communicate and disseminate information at large, it serves more than just what we expect it to be. When we trace back to the ancient age of mankind, we come to know that the evolving process of mankind was possible

because they firstly used the communication which made them easier to understand one another. The fact that mass media, culture and society interacts because the nature of humankind is such- one cannot separate one from the others. No wonder, mass communication is considered to be the agenda setters, which influences, inspires and persuades people.

Besides that, one of the most important communication partners that you will get during an emergency is the mass communication. The manner in which media has been doing its job relentlessly pertaining to covid-19 is commendable for which we cannot undermine its efforts.

Media role in adverse situation

The 24-hour news cycle that a journalist comes up every day is a great way to draw public attention to the issue and provide key safety messages in real-time of crisis followed up by Covid19 in the present state. Media as a watch dog of the state activities bring the stories of marginalized, poor state of people, about low wage laborers and other menial workers that call up for the state to address the hand-to-mouth issues.

Not just that, media in the hour of critical crisis now, has turned their way to approaching the audiences. This way, audiences have changed their way to look at media. Ever since the government decided to go for the total lockdown, through the medium of television channels, radios, media professionals have built the kind of refreshing contents that give entertainment to the audience breaking away their monotony and keeping them engaged in some way. Doing this, media have catered to the interests of segmented audiences ranging from -children, youths to aged.

Moreover, mass communication in this dire hour of need, have been carrying out so many videos of the successful treatment cases and the encouraging words of medical practitioners involved in curing the virus. They have been taking interviews from health experts to motivational speakers just in order to maintain the stable and balance in the mind of general public.

Also, this is the situation when public is in a state of chaos, uncertainty, fear and anxiety. During this period, mass communication presents the news headlines in such a manner that more emphasis is given to news that creates positivity in others. This approach however doesn't claim to bring prosperity in the chaos state, but it does assure the kind of optimism and hope among the public that very soon we will get out of it.

Media role in peace building:

In any conflicting state, lack of information can make public desperate, restless, and easy to manipulate. This is the ground where mass communication holds the ability to make informed decisions, strengthen ties of two nations, and fosters economic growth.

Someone once said,' Journalism doesn't need justification for its existence. Its service to society is justification in itself'. The practice of journalism is next to the profession of doctors and that of social workers stands very true because mass communication doesn't only notify the public about the current issues happening but also helps in creating an environment of balanced opinions- an equilibrium state in the field of information. It is to say that if media has a role in escalating conflicts, it also have the power in diffusing tensions before even they reach a critical point.

In the recent Kalapani issues as well, there was the disputable effect from the side of Indian media as Indian media had presented their views with their pre-conceived narrative that Kalapani belonged to them. However, later in the days when the case was settled on the ground, mass communication was the only medium that accessed diplomats of both their countries to put their dialogues forward and settle the issue. This way, mass communication was not only accessing citizens with proper information about what's happening in the country but also it maintained its favorable medium where it kept on disseminating information regarding the disputes, settlement and so on.

Media role in shaping the society

It is media which is the reflection of the society we live in and it depicts exactly how and in which way society functions. When we live in society, we share the same geographical territory subject to the same dominant cultural expectations. Media certainly is the most influential body that regulates the behavioral pattern, attitudes, beliefs, values and social practices.

The contents shared through televisions, and

radios have the most impact upon the viewers which may be ranging from various age groups from small kids to adults and elderly audiences. These contents are watched by many groups of people and they tend to react easily to what they have seen or heard.

Not only that, mass communication has an important role in the local bodies, in regulating governance and in the local development as well. It doesn't just provide day to day information but also encourages local people in working in the local activities. They collaborate, and work together to not just aware but to bring and make sure that every people working in the local bodies maintains unity and that they participate equally so that it fosters equal development from the community level itself.

Moreover, there is a great amount of influence of how media can easily change the way people at look at various things differently, or in a humble way. For instance, if a person is suffering from a long term with a disease of leprosy, there are majority of people who have a negative look on them. But if the same matter is to be shared through positive mindset through media, people can change their perspective.

In summing up, we can say that media truly does serve its purpose and motive that it has on the mass audience from regulating the public policies, government, to bringing collective amount of changes in society. If media as a profession is expected to commit in seeking truth, presenting the true fact to the reality then, it is also there to shed light in the darkness, giving voice to the voiceless, empowering the possible intellectuals and challenging the authority if necessary. Thus, the roles and responsibilities of mass communication that it serves are many if we sit back to count.

(Writer student of Journalism at St. Xavier's College and active member of Youth lead.)

यँ मनपां संचालन याना वयाच्वंगु मेट्रो एफएम थौंया प्रतिस्पर्धात्मक बजारय् आम न्यनामिपिंत मनोरञ्जन बीत व म्हाइपु छ्यायेत जक प्रशारण यानाच्वंगु रेडियो मखु थ्व आम नेवा:तय्सं चिउता: कया: न्यनाच्वंगु एफएम ख: ।

उदेन न्हूसाय्मि

मेट्रो एफएमय् नेपालभाषा

यँ महानगरपालिकापाखें न्ह्याका वयाच्वंगु मेट्रो एफएम ९४.६ मेगाहर्ज थौं निगू दशक पार याना: स्वंगूगु दशकया लुखाखलुइ थ्यनाच्वंगु दु । थ्व इलय् जित: तसकं तसकं हे लसता वयाच्वंगु दु । थ्व लसताय् थुकिया मातृ संस्था यँ मनपा, थ्व अन्तर्गतया सूचना प्रविधि विभाग, आतक विभागीय प्रमुख जुया: थ:गु कार्यकाल क्वचायेकादीपिं,व्यवस्थापन पुच:, सहकर्मि पासापिं व न्यनामिपिंप्रति आभार प्वंकुसे कृतज्ञ जुयाच्वना । नापं भिंतुना ।

मेट्रो एफएम संचालनया श्रेय मुख्य रूपं तत्कालीन यँ महानगरपालिकाया मेयर भाजु केशव स्थापितलिसें उगु ईया निर्वाचित जनप्रतिनिधिपिंत बीमा: । मेट्रो एफएम मात्र छगू एफएमया रूपय् जक स्थापित जुयाच्वंगु मदु । थ्व दक्षिण एशियाय् हे स्थानीय सरकारं संचालन या:गु दकलय् न्हापांगु एफएम (रेडियो संचार)या रूपय् नं गौरव कायम यायेत सफल जूगु दु ।

२०५५ सालपाखे हे मेट्रो एफएम १०६ दशमलव ७ मेगाहर्जपाखें थुकिया परीक्षण प्रशारण शुरु जूगु ख: । लिपा वना: थ्व ९४.६ मेगाहर्जपाखें प्रशारण जूगु ख: ।परीक्षण प्रशारणया इलंनिसें हे जिलिसें कवयित्रि प्रतिसरा सायमि, रजनी मिला, शरद कसा:,विक्रम शाक्य, श्रीकृष्ण महर्जन, रीता महर्जन लगायत मेपिं सहकर्मि पासापिं ज्याभ्व: न्ह्याकामिकथं प्रत्यक्ष रूपं संलग्न जुयागु ख: ।

एफएम न्यनेगु बानी दुसां एफएम स्टेशन गथे जुइ, गथे याना: नवायेमा:, छु छु खँय् ध्यान बीमा: धइगु खँय् शायद जिपिंमध्ये कवयित्रि प्रतिसरा सायमि बाहेक मेपिं सुयाके नं ज्ञान मदु । उगु इलय् मेट्रो एफएमया प्राविधिकपिं पूर्णबहादुर महर्जन, नरोत्तम मानन्धर, अमर महर्जनलिसें एफएमय् गुकथं नवायेमा: धका: जानकारी वा प्रशिक्षण बीकथं झायादीम्ह रश्मिला प्रजापतिया ग्वाहालिं न्हापांखुसी सहज रूपं एफएमय् स: थ्वयेकेत ता:लात । अबलय् जिपिं सकसिनं धइथें हे मेट्रो एफएमया परीक्षण प्रशारणपाखें मध्यावधि निर्वाचन विशेष याना: स्वनिग:या थीथी निर्वाचन क्षेत्रया लिपांगु मत परिणामया बारे जानकारी बीगु सुचं दकलय् न्हापां थ्वयेकागु ख: । वयां लिपा प्रत्येक बाघौ, घौछिइ मत परिणामया लिपांगु लिच्व: सार्वजनिक यायेगु यानागु ख: ।

मध्यवधि निर्वाचनया अन्तिम मत परिणाम घोषणा लिपा यँ महानगरपालिकाया Kathmandu Valley Maping Programme (केभीएमपी)य् छगू मुंज्या च्वना: सकसिनं थ:थ:गु भाला कया:

छवाःयंकं ज्याभ्ववः न्ह्याकेगु निर्णय जुल । थ्व निर्णयकथं मेट्रो एफएमया परीक्षण प्रशारणया इलय् हे दकलय् न्हापां नेपालभाषां छवाःयंकं ज्याभ्ववः न्ह्यात । जिपिं सकसिनं छवाःयंकं ज्याभ्ववः न्ह्याकेगु क्वःछिनाकथं मचा, ल्याय्म्ह, ज्याथजिथिपिनिगु निंतिं थीथीकथंया थीथी सवाःया ज्याभ्ववः न्ह्याकागु खः ।

करिब प्यलातक परीक्षण प्रशारण लिपा मेट्रो एफएमया औपचारिक प्रशारण शुरु जुल । २०५६ साल आश्विन १ गते बसन्तपूरस्थित महाद्यः पार्वती देगः क्वय् छगू तःजिगु ज्याभ्ववःया दथुइ तात्कालीन प्रधानमन्त्री कृष्णप्रसाद भट्टराई मेट्रो एफएमया औपचारिक प्रशारण शुरु जूगु घोषणा यानादीगु खः । औपचारिक प्रशारणलिसें मेट्रो एफएमपाखें नेपालभाषां बुखँ नं बीगु शुरु जुल । अबलय् बहनिसिया ७ निसें ९ ताःईतक नियमित रूपं नेपालभाषा ज्याभ्ववः प्रशारण जुइगु खः । छुं दँ तक असं बसिक्वननिया छखा छेँय्नं प्रशारण जूगु मेट्रो एफएम लिपा कालिकास्थानय् ल्ह्ययेगु ज्या जुल । थ्व सिबें न्ह्यः हे बहनिसिया निघौ प्रशारण जुया वयाच्वंगु नेपालभाषाया ज्याभ्ववः सुथय् व बहनि घौछि घौछि प्रशारण जुइगु यानाच्वंगु खः । कालिकास्थानय् वयेधुंकाः नं छुं दँ तक थुकथं हे सुथय् व बहनि जक प्रशारण जुया वयाच्वंगु मेट्रो एफएम अनंलिपा न्हिछियंकं प्रशारण जुइवं नेपालभाषाया ज्याभ्ववः नं घौछि थप जुल । थ्व ल्याखं सुथय् ७:४५ निसें ८:४५, न्हिनय् २ निसें ३ ताः व बहनि ७:४५ निसें ८:४५ तक यानाः न्हि स्वघौ न्हियान्हिथं थीथी विषयवस्तुयात कयाः प्रशारण यायेगु ज्या जुल । थ्व बाहेकं सुथसिया ५:४५निसें ६:०० ताः तक न्हियान्हिथं शुरुंनिसें आतक नं नेपालभाषां बौद्ध प्रवचन ज्याभ्ववः नं प्रशारण जुया वयाच्वंगु दु ।

मेट्रो एफएमया प्रशारण न्हिं स्वंगू सिफ्टय् प्रशारण जुइवं स्वंगुलिं सिफ्टय् नेवाः भाय्या नं प्रशारण जुल । मेट्रो एफएमय् संलग्न जुइधुंकाः आपालं नेवाः ज्याभ्ववःया प्रत्यक्ष प्रशारण यायेगु अवसर नं चूलाःगु दु । थ्व हे इवलय् शंखधर सिरपालं सम्मानित जुइगु अवसर नं चूलात ।

छगू इलय् मेट्रो एफएम स्वनिगलय् हे दकलय् अप्वः न्यनीगु रेडियो स्टेशनया उत्कृष्ट स्वंगूगुया धलखय् तकं दुथ्यायेत सफल जूगु खः । उकिसनं मेट्रो एफएमपाखें प्रशारण जुइगु नेपालभाषाया ज्याभ्ववः स्वनिगलय् हे दकलय् अप्वः नेवाःतय्सं न्यनीगु ज्याभ्ववः खः । थ्व हे कारणं थीथी एफएमय् नेपालभाषा ज्याभ्ववः न्यनीपिं न्यानामिपिनिगु संस्था नेपालभाषा एफएम न्यनामि गुथिं उत्कृष्ट नेपालभाषा ज्याभ्ववः न्ह्याकामिया सम्मान (सिरपाः) नं थ्व हे मेट्रो एफएमया प्रतिसरा साय्मि मय्जु व पवित्र कसा भाजुं त्याकेत ताःलाःगु खः ।

स्वनिगलय् संचालन जुयाच्वंगु दक्व धइथें एफएमय् नेपालभाषाया ज्याभ्ववः दुगु व अज्याःगु ज्याभ्ववः जनचेतनामूलक, मनोरञ्जनपाखे जक केन्द्रीत जुयाच्वंगुयात व नेवाःतय्त भाषिक, सामाजिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक व थःगु हक अधिकारप्रति नं सचेत यायेमाः धइगु तायेका मेट्रो एफएमं न्हापांगु संविधानसभापाखें नेपाःया न्हूगु संविधान जारी जुइत्यंगु अवस्थाय् छगू बिस्कंकथंया ज्याभ्ववः न्ह्यःने हःगुखः । गुगु ज्याभ्ववःया नां खः नेवाः राजनीतिक अभियान । ज्याभ्ववःया नां नेवाः राजनीतिक अभियान जूसां थुकी राजनीति जक मखसे नेवाःतय् हरेक विषय व मुद्दायात उत्थान यायेगु थ्व ज्याइवःया उद्देश्य खः । थुगु ज्याभ्ववःयात बियागु निरन्तरता, लोकप्रियता, आम नेवाःतय् चिउताःया कारणं ज्याभ्ववःया विषय ज्वःलाःगु नेवाः राजनीतिक अभियान नांया संस्थापाखेंसहकर्मि पासा श्रीकृष्ण महर्जन व जितः सार्वजनिक रूपं हे सम्मान याःगु थन लुमंकेबहजू ।

छगू इलय् मेट्रो एफएमया नेपालभाषा ज्याभ्ववः स्वनिगलय् अप्वः नेवाःतय्सं न्यनीगु ज्याभ्ववः खयाः नं लिपा लोकप्रियता म्हो जूगु महसुस जुइवं न्यनामिपिनिगु नं इच्छाकथं इच्छा कथं ज्याइवः न्ह्याकेगु ज्या सुरु जुल । शुरुइ बुखँ, वयां लिपा नेवाः मुद्दा उत्थान यायेगु ल्याखं सरोकारवाला व्यक्तिलिसे न्यनेकने व वयां लिपा न्यनामिपिनिगु जिज्ञासा, नुगःखँ कायेगु ज्याभ्ववः न्ह्यात । गुगु ज्याभ्ववःया कारणं मेट्रो एफएमं त्वःफिके धुंकूपिं न्यनामिपिं जक मखसे न्हूपिं न्यनामिपिं नं अप्वयेकेत ताःलाःगु दु । थ्व समग्र नेपालभाषा ज्याभ्ववःया निंतिं हे लसताया खँ खः ।

यँ मनपां संचालन याना वयाच्वंगु मेट्रो एफएम थौंया प्रतिस्पर्धात्मक बजारय् आम न्यनामिपिंत मनोरञ्जन बीत व म्हाइपु छ्यायेत जक प्रशारण यानाच्वंगु रेडियो मखु थ्व आम नेवाःतय्सं चिउताः कयाः न्यनाच्वंगु एफएम खः । थुकी प्रशारण जुइगु ज्याभ्ववः मात्र मनोरञ्जन व म्हाइपु छ्यायेगुलिइ जक केन्द्रीत जुयाच्वंगु मदु । थुकिं धाथें हे रेडियोया दायित्व व भूमिका निर्वाह यानाच्वंगु दु धइगु तायेमाः ।

थ्व मेट्रो एफएमपाखें प्रशारण जुइगु नेपालभाषाया ज्याभ्ववलं आम नेवाःतय् सरोकारया विषययात उत्थान यानाच्वंगु दु, इमित जागृत यायेगु कुतः यानाच्वंगु, जनचेतना अभिवृद्धि यायेगु, इमित थःगु हक अधिकारया लिसें यँ मनपाया बारे नं सुसूचित यायेगु यानाच्वंगु व थुकी मेट्रो एफएम सफल नं जुयाच्वंगु दु । थ्व हे कारणं छुं गथे जुयाः छन्हु जक एफएमया प्रशारण बन्द जुल अले सुथसिया नेपालभाषाया ज्याभ्ववः प्रशारण मजुल धाःसा तत्काल न्यनामिपिनिगु प्रतिक्रिया वयेधुंकी । थ्व छगू रेडियो स्टेशनया निंतिं दकलय् महत्वपूर्ण खः ।

वास्तवय् एफएमय् फोन यानाः थःगु सः थ्वयेकीपिं, पौ च्वयाः ब्वति काइपिं जक वास्तविक न्यनामिपिं मखु । इपिं ला प्रत्यक्ष रूपं हे थःगु सरोकार क्यनीपिं जुल । थ्व बाहेकं एफएम न्हियान्हिथं न्यनीपिं तर गुगुं कथं नं सरोकार मक्यनीपिं नं आपालं न्यनामिपिं दु । इमिगु न्यनामिया ल्याखय् मतयेगु एफएम रेडियोया गल्ती जक मखु घातक नं जुइफु । म्हं मफयाः वा

मेगु छुं कारणं एफएमय् सः न्यने मखन धाःसा लिपा लँय् नाप लाइबालय् छु जुल ? छाय् मवनागु धकाः जिज्ञासा तइपिं नं आपालं न्यनामिपिं दु । इमित नं अवमूल्यन याये मजिउ ।

दकलय् लिपा यँ महानगरपालिकां संचालन यानाच्वंगु मेट्रो एफएम थौं २० दँ पूरा यानाः २१ दँय् पलाः न्ह्याकाच्वंगु दु । मेट्रो एफएमया छम्हे ज्याकःमिया ल्याखं जिके थुलि गर्व दु कि थुकिया बयान यायेत जिके खँग्वः मदु । गुगु इलय् मेट्रो एफएम बिस्कं रेडियो स्टेशन स्थापना यानाः संचालन जुल अबलय् स्वनिगलय् ला छु नेपालय् हे खास हे एफएम रेडियो स्टेशनया विकास जूगु खने मदु । थ्व निगू दशक दुने स्वनिगलय् नं पतिंचाय् ल्याः खाये मफयेक रेडियो स्टेशन दुगु जक मखु दुक्व दक्व धइथें एफएम स्टेशनं नेपालभाषाया ज्याभ्वःयात महत्व बियाः प्रशारण याना वयाच्वंगु दु । छुं एफएम स्टेशनयात त्वःताः मेगु एफएम स्टेशनय् संचालन जुयाच्वंगु नेपालभाषा ज्याभ्वलं निरन्तरा काये फयाच्वंगु मदु । मेट्रो एफएम हे जक छगू अज्याःगु एफएम रेडियो स्टेशन खः, गन परीक्षणकालंनिसें थौंतक नं उसिं मचासे ज्याभ्वः न्ह्याकाः थुकिया गरिमायात ल्यंका तयेगु ज्याय् थनया संचारकःमिपिं न्ह्यचिलाच्वंगु दु । थुकी कामपा लिसें सकस्यां गर्व तायेकेमाः ।

दकलय् लिपा व्यवस्थापन व प्रबिधिइ स्तरोन्नति नापनापं २१ दँ थ्यंगु लसताय् छगू न्हूगु जोश व जाँगर ज्वनाः मेट्रो एफएम स्वनिगःवासी जक मखु देय्न्यंकंया नेवाःतय् नुगलय् च्वने फयेमा धयागु भलसा काये । सुभाय् ।

(च्वमि मेट्रो एफएमया सञ्चारकर्मी खः ।)

मेट्रो एफ एम ९४.६

हरेक शनिबार

समय	कार्यक्रम
०५:२५- ०५:३०	प्रसारण आरम्भ
०५:३०- ०५:४५	प्रवचन- पूर्वीय दर्शन र आध्यात्म
०५:४५- ०६:००	प्रवचन- बौद्ध दर्शन
०६:००-०६:३०	मेट्रो हालखवर (समाचार)- राष्ट्रिय मुख्य समाचार
०६:३०-०७:००	मन्थन (बिषय बिश्लेषण)- आर्थिक/सामाजिक/राजनीतिक
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	सङ्कल्प महिला र बालबालिका
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल बुखँ नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:१५	नेपाल मण्डल दबू अन्तरर्वार्ता
०८:१५-०८:४५	नेवा जनसरोकार विचारमुलक कार्यक्रम
०८:४५-०९:००	स्वदेश / राष्ट्रिय गान जागरण
०९:००-०९:३०	आधुनिक गीत मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०९:३०-१०:००	आधुनिक गीत मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
१०:००-११:००	वयक नापः छभ्काः व्यक्तित्व परिचय
११:००-११:३०	रेडियो शिक्षा कक्षा ३
११:३०-१२:००	मेट्रो हिट्स आधुनिक र लोक आधुनिक
१२:००-१२:३०	चलचित्र सिनेमा र मनोरञ्जन

समय	कार्यक्रम
१२:३०-०१:००	अंग्रेजी गीतको कार्यक्रम मनोरञ्जनात्मक
०१:००-०२:००	स्वर संगीत हिन्दी गीतमा आधारित
०२:००-०२:३०	वडा सरोकार स्थानीय गतिबिधि
०२:३०-०३:००	नेपाल मण्डल बुंख नेपाल भाषाको समाचार
०३:००-०३:३०	पुराना नेपाली गीत मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०३:३०-०३:४५	नेपाली पुराना गीतहरु मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०३:४५-०४:००	मेट्रो हालखबर समाचार
०४:००-०४:४०	लोक लहरी लोक गीतहरुको प्रस्तुति
०४:४०-०५:००	लोक गीतहरु मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०५:००-०५:४०	बाल सरोकार बालबालिकासँग सम्बन्धित
०५:४५-०६:००	मेट्रो हालखवर समाचार
०६:००-०७:००	तामाङ् भाषाको कार्यक्रम नाङ्साल
०७:००-०७:१५	रेडियो नेपाल राष्ट्रिय समाचार
०७:१५-०७:४५	संवाद समसामयिक अन्तर्वार्ता
०७:४५-०८:००	नेपाल मण्डल नेपाल भाषामा समाचार
०८:००-०८:४५	पलाः खिं जानकारी/सूचनामुलक
०८:४५-०९:००	शास्त्रीय बादन र गायनमा आधारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम
०९:००-१०:००	भावना सूचना र मनोरञ्जनात्मक

अनलाइनहरू उत्तेजक शीर्षक दिएर समाचार प्रसारण गर्ने र दिइएको लिंकमा क्लिक गर्दा नखोल्ने बनाएर छाड्ने क्रम जारी छ ।

राजेन्द्र स्थापित

भाइरल बन्न भ्रामक समाचारको भरमार

- दक्षिण कोरियाको एउटा चर्च खचाखच भरिएको थियो । पादरीको एउटा आदेशमा उपस्थित सबैले शरीरमा नुन, पानी छर्के । मुखमा नुन, पानी हाले । पादरीले भने, 'यसरी हामी कोरोनाबाट बच्न सक्छौं ।'

- कोभिड १९ लाई नियन्त्रण गर्न रूसी राष्ट्रपति भ्लादिमिर पुटिनले पाँच सयभन्दा बढी सिंह शहरमा छाडे ।

- कोरोना महामारी फैलिन नदिन आज नेपाली सेनाको हेलिकप्टरले राति औषधि स्प्रे गर्दैछ ।

- थापाथलीस्थित नर्भिक अस्पतालमा ६ जनामा कोरोना देखापर्‍यो । ९ जनाको पीसीआर गरेकामा ६ जनामा पोजिटिभ देखापरेको हो ।

- आज (२०७७ वैशाख २३) गते बसेको सरकारको बैठकले लकडाउन खोल्ने अति नै राम्रो निर्णय गर्‍यो । भिडियोसहित पूरा समाचार हेर्नुहोला ।

पछिल्लो समय विश्वव्यापी रूपमा सञ्चार जगतमा अभूतपूर्व परिवर्तन आएको छ । केही समयअघि छापा मिडियालाई रेडियो, अनलाइन, टिभीले ओझेल पार्‍यो तर यी सञ्चारको वर्चश्व पनि लामो समय टिकेन । यतिखेर सबैभन्दा बढी फेसबुक, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, निजी ब्लग, यु ट्युबको चकाचक छ तर मिडियामा आएको यो विकाससँगै मिडिया गैरजिम्मेवार, सामाजिक उत्तरदायित्वविहीन बन्न थालेको आभास पनि सर्वत्र गरिन थालेको छ । अनलाइनहरू उत्तेजक शीर्षक दिएर समाचार प्रसारण गर्ने र दिइएको लिंकमा क्लिक गर्दा नखोल्ने बनाएर छाड्ने क्रम जारी छ । हालसालै (सेप्टेम्बर ३) 'नेपाली न्युज' ले एउटा समाचार प्रेषित गर्‍यो- 'भर्खरै राजधानीबाट उडेको प्लेन दुर्घटना हुँदा ५२ जनाको मृत्यु ।' समाचारमा समिट एयरको उक्त विमानका सहचालक र विमानस्थलमा खटिएका दुई सुरक्षाकर्मीको पनि मृत्यु भएको उल्लेख छ । तर, विमान कहाँको लागि उडेको हो भन्ने उल्लेख छैन । लुक्लामा पहिला भएको दुर्घटनाको उल्लेख गरिएका कारण लुक्लातर्फ उडेको संकेत गरिएको छ । जबकि यतिखेर निषेधाज्ञाको कारण उडानहरू स्थगित छन् । यस्ता आधारहीन समाचार दिनानुदिन सुन्न-पढ्न स्रोता, दर्शक र पाठक विवश छन् ।

यतिखेर विश्व कोरोनाको कहरले आक्रान्त छ । यो महामारीबाट भयभित जनतालाई आश्वस्त, धैर्यधारण, स्वास्थ्य सुरक्षाका मापदण्डबारे सचेत गराउनु त कता कता, उल्टै भयभित पार्ने, त्रास फैलाउने, गलत सूचना प्रवाह गर्ने, भ्रमपूर्ण समाचार प्रेषित र प्रसारण गर्ने होडबाजीमा मिडिया लागेका

छन् । विश्व स्वास्थ्य संघले बेलाबखत कोरोनाबाट बच्ने र सुरक्षित हुने उपायबारे सर्वसाधारणको लागि जानकारी दिँदै आइरहेको छ तर मिडिया यसको प्रचारप्रसार गर्न उत्सुक देखिँदैन । समाजलाई नकारात्मक असर पुग्ने समाचार रातारात भाइरल बनाउने सामाजिक सञ्जालका 'अभियन्ताहरू' पनि यस किसिमको सामग्री प्रचारप्रसार गर्नु आफ्नो दायित्व ठान्दैनन् । साबुनपानीले हात धुनुस् भन्ने सन्देश प्रवाह गर्न छाडेर 'तीन टुक्रा कागती हालेको पानी खाएमा कोरोना लाग्दैन' भन्ने हल्ला गर्न तँछाडमछाड गर्छन् ।

त्यसो त सकारात्मक होइन, नकारात्मक समाचार सम्प्रेषण गर्ने यो रोग नेपालको मात्र होइन, यो अन्तर्राष्ट्रिय रोग नै बनिसकेको छ । मिडिया त मिडिया, मै हुँ भन्ने राजनेता पनि उस्तै । अमेरिकी राष्ट्रपति डोनाल्ड ट्रम्पले कोभिड १९ लाई 'चिनियाँ भाइरस' भन्दै विश्व स्वास्थ्य संगठनले जारी गरेको निर्देशनलाई नै ठाडो उल्लंघन गर्नु यसको ज्वलन्त उदाहरण हो । अरु त अरु राज्यको चौथो अंग मानिने सञ्चार जगत पनि यो अन्तर्राष्ट्रिय रोगबाट अछुतो छैन । मिडिया र मिडियाकर्मीको त धर्म नै हो, सत्य र तथ्यमा आधारित समाचार बनाउनु । देश, समाज र सर्वसाधारणलाई नराम्रो असर पार्ने समाचार नबनाउनु । तर अपशोच, वर्तमान समयमा मिडिया र मिडियाकर्मीबीच अस्वस्थ होडबाजी चल्छ, समाचार ब्रेक गर्ने नाउँमा, पाठक, स्रोता र दर्शक बढाउने नाउँमा समाचारभित्रको गुण-दोष केलाउने फुर्सद उनीहरूसँग हुँदैन । यो समय भनेको सबैजना गम्भीर र संवेदनशील बन्नुपर्ने बेला हो तर कसैलाई फुर्सद भए पो ! सबै समाचार लेख्न हतारै मात्र गर्छन् । यसको पछिल्लो उदाहरण लकडाउन घोषणा भएकै महिना चैतमा मात्र प्रेस काउन्सिल नेपालले १४ वटा अनलाइनलाई कारवाही गर्नुपरेको छ । अहिलेसम्म सयभन्दा बढीलाई स्पष्टीकरण, कारवाही गरिसकेको छ ।

गत महिना एउटा समाचार भाइरल बन्यो । केरवानी माविमा क्वारेन्टाइनमा बसिरहेकी एउटी महिलाले त्यहाँ प्लास्टिकको चामल वितरण गरियो भनी दिएकी बयानकै आधारमा एउटा अनलाइनले 'नेपालमा प्लास्टिकको चामल' शीर्षक राखेर समाचार बनायो । समाचारको सत्यता खोज्ने परिश्रम कसले गरिराख्छ र ? भटाभट अरूले पनि कपी-पेष्ट गर्दै समाचार बनाए । अन्त्यमा नेपाल सरकारको खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण कार्यालयको टोली घटनास्थल पुगेर चामल जाँच्न जानुपऱ्यो । त्यहाँ वितरण गरिएको चामल त के संसारमै प्लास्टिकको चामल बनिनसकेको व्यहोरासहितको विज्ञप्ति जारी गर्नुपऱ्यो । गत चैतमा कोरोनाविरूद्ध सेनाको हेलिकप्टरले औषधि स्प्रे गर्दैछ भन्ने समाचारको पनि नेपाली सेनाले नै खण्डन गरेपछि बल्ल राजधानीका जनताले सन्तोषको सास लिने अवस्था बन्यो । त्यस्तै एउटा अनलाइनले 'कोरोनाले एकजना महिलाको मृत्यु भएको' समाचार सम्प्रेषण गऱ्यो । अरु अनलाइनले पनि त्यही समाचार जस्ताको तस्तै दिँदै गयो । वास्तवमा लोग्नेको जीवनभरको कमाइ पोको पारेर चम्पट भएकी ती महिला पछि आफैं विक्षिप्त भएर मरेकी रहिछन् ।

पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन २०७६) को ५ को दफा १४ मा 'पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले व्यक्तिको स्वास्थ्य, महामारीलगायत जनस्वास्थ्यसँग सरोकार रहने विषयसम्बन्धी सामग्री पाठक, श्रोता वा दर्शकमा उत्तेजना वा निराशा उत्पन्न हुने गरी अतिरञ्जित तवरमा केही कसैको बारेमा पनि सम्प्रेषण गर्नु हुँदैन' उल्लेख छ । तर, धेरै मिडिया र मिडियाकर्मीले आचारसंहिताको यो प्रावधानलाई 'धोती' लगाइदिएका हुन्छन् । त्यसो त प्रेस काउन्सिल नेपालले बेलाबखत आचारसंहिता उल्लंघन गर्ने मिडियालाई कारवाहीस्वरूप स्पष्टीकरण लिने र बन्द गराउनेसमेत गरेको छ तर काउन्सिलको अनुगमन सबैतिर पुग्न सकेको छैन । उजुरी दिएपछि मात्र कारवाही अघि बढाउने परम्परा छ । धेरै अनलाइन बिनादर्ता सञ्चालन हुँदै गरेको र सामाजिक सञ्जाललाई नियन्त्रण गर्ने नियम-कानुन बनिनसकेकाले पनि कारवाही फितलो हुने गरेको छ ।

अहिलेको युग डिजिटल पत्रकारिताको हो । समाचारका लागि महिनौं, हप्तौं कुर्नुपर्ने अवस्थालाई फेसबुक, ट्विटर, युट्युबजस्ता न्यु मिडियाले छिनमै र सजिलै प्राप्त हुने अवस्था सिर्जना गरिदिएको छ । नागरिक समाजले सामाजिक सञ्जालमा प्रेषित गरेको सूचनाको आधारमा पत्रकारले समाचार बनाउनुपर्ने स्थिति बनेको छ । अझ भनौं, सम्पूर्ण नागरिक पत्रकार बन्ने होडमा छ । हातमा मोबाइल बोकेकै भरमा सामाजिक सञ्जालमा समाचार हालेर रातारात भाइरल 'पत्रकार' बन्दैछन् । पत्रकारिता र आमसञ्चारमा स्नातक, स्नातकोत्तर गरेकाहरू यी 'भाइरल पत्रकार'को पछि लाग्नुपर्ने स्थिति बनेको छ । किनभने आमनागरिकले पनि सामाजिक सञ्जाललाई नै बढी महत्व दिन थालेका छन् । ग्रामीण क्षेत्र जहाँ इन्टरनेटको सहज पहुँच छैन, रेडियो र टिभीको महत्व ती स्थानमा सीमित हुन पुगेको छ । जुन दिन ती ठाउँमा इन्टरनेट पुग्छ, त्यो दिनदेखि रेडियो, टिभी संग्रहालयको वस्तु बन्न पुग्नेछ ।

त्यसो त न्यु मिडियाले समाजमा नराम्रो मात्रै असर पार्छ भन्ने होइन । यो सामाजिक सञ्जालको बिगबिगी नचल्दो हो त, कञ्चनपुरकी निर्मला बलात्कार काण्डको छानबिन यहाँसम्म चल्दैनथ्यो होला । भारतले गाभेको नेपालको भूमि लिम्पियाधुरा, कालापानी, लिपुलेकसहितको नेपालको नक्सा संशोधन हुँदैनथ्यो होला । सही गलत जे भए पनि ज्ञानेन्द्र शाही र रवि लामिछाने यतिधेरै 'हिरो' बन्ने थिएनन् नै होला ।

नेपालको पत्रकार आचारसंहिता २०७३ ले स्पष्ट रूपमा मिडिया र मिडियाकर्मीलाई समाचार सम्प्रेषण, सम्पादन, प्रकाशन, प्रसारण गर्दा सामाजिक दायित्वको ख्याल राख्न निर्देशन गरेको छ । जातीय, लैंगिक, धार्मिक, क्षेत्रीय, भाषिक, राजनीतिक भेदभाव राखी समाचार सम्प्रेषण गर्न नहुने भनिएको छ । हिंसा, आतंक, अपराधलाई प्रोत्साहन गर्न नहुने, पीडितलाई थप पीडा पुग्ने समाचार बनाउन नहुने, विभत्स

दृश्य वा तस्बिर प्रकाशन वा प्रसारण गर्न नहुने, विरामीको स्वास्थ्यप्रति संवेदनशीलता अपनाउनुपर्ने, महिला, बालबालिका, ज्येष्ठ नागरिक, असहाय र अपांगता भएका व्यक्तिप्रति अति संवेदनशील हुनुपर्ने आदि व्यवस्था गरिएको छ । तर दुर्भाग्य, आजकल प्रेषित, प्रसारित कतिपय समाचारले यो संहिताको ख्याल राखेको पटक्कै देखिँदैन ।

नेपाली पत्रकारिताको अर्को समस्या हो 'कपी-पेष्ट'कारिता । विज्ञापन उठाएर खान पल्केका पत्रकारहरू बढी यस्तो काममा दत्तचित्त भएर लाग्ने गरेको पाइन्छ । अहिले त झन अनलाईन, ब्लगको जमाना छ, सरकारी कार्यालयमा कार्यरत लोग्नेले समाचार चोर्ने अनि उनकी गृहणी पत्नीले घरमै बसिबसी अक्षर टाइप गरेर समाचार पोष्ट गर्ने भएपछि कपी पेष्ट त हुने नै भयो । यसखालको सजिलो पत्रकारिता गर्ने पनि धेरै छन् । उदाहरण, 'जनआस्था' साप्ताहिक पत्रिका बुधवार निस्कन्छ, तर उसले बुधवारै आफ्नो अनलाईनमा पत्रिकामा प्रकाशित समाचार पोष्ट गर्दैन । यसको फाइदा अरू अनलाइनले लिन्छन् । उक्त साप्ताहिकमा प्रकाशित कम्तिमा ४-५ वटा समाचार सोही दिन अन्य अनलाइनहरूले आफ्नै जस्तो बनाएर पोष्ट गर्न भ्याइसक्छन् । समाचार त चोर्‍यो चोर्‍यो, कपी-पेष्ट त गर्‍यो गर्‍यो, कतिपयले त यहाँबाट लिएको भनेर साभार सम्म लेख्ने गर्दैनन् । पत्रकारितालाई मागीखाने भाँडो बनाउँदै आएका कतिपयले आफ्नी श्रीमती र छोराछोरीको नाउँमा सात वटासम्म पत्रिका दर्ता गर्ने भए पछि यस्तो हुने त भयो नै !

प्रेस जनता र समाजको निम्ति हो भन्ने विश्वव्यापी मान्यता छ । सत्य र तथ्यमा आधारित समाचार, सामाजिक सद्भाव कायम गर्ने समाचार, भ्रष्टाचार जस्ता खराब पक्षलाई दुरूत्साहित गर्ने समाचार, अल्पसंख्यक तथा सीमान्तकृत समुदायको आवाज बुलन्द पार्ने, समाजलाई सही दिशा देखाउने समाचार सम्प्रेषण गर्नु मिडियाको प्रमुख दायित्व हो । सबैको त नभनौं, धेरै सञ्चारगृह र सञ्चारकर्मीको ध्यान यतातिर पुगेको देखिँदैन । पत्रकारिता कल्पना र अनुमानको भरमा, नियोजित ढंगले, आत्मसन्तुष्टिको लागि गर्ने विषय होइन । तथ्यपरक, मर्यादित, शिष्ट भाषा, निष्पक्षता यसको अनिवार्य शर्त हो । तथापि, केही कमी-कमजोरीका बाबजुद नेपाली पत्रकारिताको भविष्य उज्वल छ, साथै चुनौतीपूर्ण पनि ।

अन्त्यमा, भारतका प्रसिद्ध शायर अकबर इलाहबादीले अखबारको महत्व र कलमको शक्तिलाई लिएर भनेको वाक्य स्मरण गर्न चाहन्छु । उनले एकपटक भनेका थिए, 'खींचो न कमानोंको, न तलवार निकालो, जब तोप मुकाबिल हो तो अखबार निकालो ।'

श्रोता प्रतिक्रिया

रेडियोबाट प्रसारित समाचार तथा कार्यक्रमको प्रभाव मूल्याङ्कन श्रोताबाट हुन्छ । प्रसारित सामग्रीको विषयगत विश्लेषण नभए पनि श्रोताबाट प्राप्त प्रतिक्रियाबाट रेडियो प्रसारणलाई कुन दिशामा लैजानु पर्छ भन्ने आधारभूत दिशा प्राप्त हुन्छ । श्रव्य सञ्चारमाध्यमका लागि श्रोता न्यायाधीश हुन् । यी न्यायाधीशको आँखामा मेट्रो एफएम कस्तो छ ? **केशब राज अर्याल, गंगाप्रसाद दाहाल, उदेन न्हूसायुमि, श्रीकृष्ण महर्जन, रीता महर्जन** र **तीर्थमान बल**ले श्रोतासँग लिनुभएको प्रतिक्रिया :

म रेडियोको नियमित श्रोता हुं। कहिलेकाहीं धारणा राख्ने अतिथिका रूपमा पनि ठाउँ पाएको छु। जनशक्तिमा भएको क्षमताका हिसाबले रेडियो अब्बल छ। प्रबिधिका दृष्टिले केही सुधार गर्नुपर्ने देख्छु। अनलाइनमार्फत विस्तार गर्न सके दायरा बढ्ने थियो।कार्यक्रम उत्पादन गर्दा तथा समाचार संकलन गर्दा स्टूडियोबाटभन्दा फिल्डबाट उत्पादन गर्न पाए बढी प्रभावकारी हुन्थ्यो। खोजमुलक र मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमको प्रस्तुतिलाई फिल्ड र स्टूडियो दुवैतर्फको प्रयत्न गर्नुपर्छ जस्तो लागेको छ ।

प्रा. डा. नवराज पन्त, काठमाडौं २६ कपुरधारा

मैले बिभिन्न एफएमहरू सुनामे क्रममा मेट्रो एफएम धेरै सुन्छु। सामाग्री शिक्षामुलक, सूचनामुलक र जानकारीमुलक छन्। रेडियोका यी सकारात्मक पक्ष हुन्। एफएमप्रसारित सामाग्री युट्यब वा अन्य अनलाइन प्रणालीमा नभेटिनुले बेलाबेला खिन्न बनाउँछ। यो क्षेत्रमा सुधार गर्न सक्ने हो भने अझ लोकप्रियता हासील हुनेछ ।

बलदेब प्रधान, पत्रकार

समाचार र कार्यक्रम ठीकै छन। समाचार बिश्वसनीय छन्। यसमा खोजमुलक समाचारको संख्या बढाउन पाए अझ चाखलाग्दो हुन्थ्यो। नेपाल भाषामा प्रसारण हुने महानगरभित्रका सस्कृति सम्बन्धि सामाग्रीलाई नेपालीमा पनि प्रसारण गर्ने हो भने सबैका लागि जानकारीमुलक बन्ने थियो। यसको प्रसारण क्षमता बढाउनु पर्ने देख्छु। सबै ठाउँमा राम्ररी सुनिंदैन। महिला, बालबालिका र जेष्ठ नागरिकका कुरा पनि उठाउनु पर्दछ। महानगरका जनप्रतिनिधिले गरेका राम्रा काम बारे जानकारी दिनु राम्रो पक्ष हो। रेडियोलाई समय सापेक्ष र गुणस्तरीय बनाउंदै लैजानुपर्छ ।

चक्रपाणि नेपाल, वरिष्ठ पत्रकार

निर्माण स्थलमा काम गर्ने श्रमिकहरूले एफएम बढी सुन्ने गर्दछन्। म मेट्रो एफएम सुन्छु। यहाबाट अलि पुराना गीतबढी बज्ने गर्दछन्। नयाँ नयाँ गीत भन्दा एउटै गीत दोहोरिने गरेको छ। पुराना भन्दा बजारमा चलेका गीत बढी बजाउँदा उचित होला भन्ने मेरो सुझाब छ। महानगरले चलाएको भएर होला। यहाँबाट बज्ने सूचना र जानकारीमा बिश्वाश लाग्छ ।

जगन्नाथ बानियाँ, निर्माण व्यवसायी

पहिला त मैले एफएम खासै सुन्ने गरेको थिइन। म बिद्यार्थी भएकोले सुन्ने फुर्सद पनि हुंदैन। कोरोना भाइरस (कोभिड १९)का कारण बन्दाबन्दी भएपछि घरमै बसेर सामाजिक सञ्जाल र आमसञ्चारका माध्यमको प्रयोग बढेको छ। यसैबीच बिद्यालय र कलेजले अनलाइन कक्षा शुरु गरेपछि मेट्रो एफएम सुन्न थालें। रेडियोबाट सञ्चालन हुने कक्षा १ देखि १० सम्मको रेडियो शिक्षा कार्यक्रम मलाई रोचक लाग्छ। किताबै नहेरी आफ्नै अनुकुलतामा शिक्षित हुन पाइयो। कोरोना सकिएपछि पनि यसलाई निरन्तर चलाउनुपर्छ ।

हिमाल अर्याल , विद्यार्थी

म मेट्रो एफ एमको स्थापना कालदेखिकै नियमित श्रोता हुं। नेपालीसँगै नेपाल, तामाङ् र मैथिली भाषामा कार्यक्रम सञ्चालन हुनु यसको सबैभन्दा सबल पक्ष लाग्छ। के कारण हो, कहिलेकाहीं कार्यक्रम अनियमित हुंदा अलि खल्लो लाग्छ। अहिले कोरोना संक्रमण भएका बिरामीलाई सामाजिक दुर्व्यवहार भएका छन्। यस्ता बेलामा रेडियोले आफूलाई प्रस्तुतिमार्फत सामाजिक सुधारकका रूपमा स्थापित गर्नुपर्छ। हामी नियमित श्रोत र शुभेच्छुकको मनैदेखि कामना छ ।

चन्दन शाक्य, पूर्व जनप्रतिनिधि

म मेट्रो एफ.एम.को नियमित श्रोता हुं । आजभोलि म बसेको ठाउँमा रेडियो राम्ररी सुनिंदैन । कार्यक्रममा के बोलेको राम्ररी नबुझिने भएपछि समस्या छ ।समाचारलगायत अन्यकार्यक्रम नियमित हुनुपर्छ । बिषय र प्रस्तुतिका हिसाबले यसलाई प्रतिस्पर्धी बनाउन सके हुन्थ्यो । आफूले मन पराएको सञ्चारको सधैं प्रगति देख्ने र सुन्ने मन छ ।

गोपाल सञ्जेल , व्यवसायी, सिनामंगल

बिद्यालय बन्द भएका समयमा एफ एम बाट प्रसारण भएका शिक्षा सम्वन्धी कार्यक्रमले मलाई धेरै लाभ भएको छ । यी र यस्ता कार्यक्रमलाई श्रव्य–दृश्यहुंदै टेलिभिजन स्टेशन स्थापना गरेर नियमित गर्नुभयो भने हामीजस्ता बिद्यार्थीलाई नियमित लाभ हुने थियो ।

बिश्राम भुषाल, विद्यार्थी

स्थापना कालमा म पनि यसमा आवद्ध थिएं । यस हिसाबले आफूले काम गरेको ठाउँको कति प्रगति भयो? अहिले के कस्ता कार्यक्रम आउँछन्? म नियमित रेडियो सुन्छु । यसको स्थायित्व र बिकास भएको हेर्नेमन छ ।

प्रेम प्रसाद खनाल , जागिरे, बालाजु

म यो रेडियोको नियमित श्रोता हुं । महानगरको रेडियो भएकोले समाचार र अन्तरवार्तामा आधारित कार्यक्रम अझ शशक्त बनाउन मेरो सुझाब छ । सार्वजनिक महत्वका सबै सूचना एफएमबाट प्रसारण गर्नुहोला । समसमायिक र जनचासोका बिषय बढाउन पाए राम्रो हुन्थ्यो ।

रामकृष्ण श्रेष्ठ, जागिरे, नयाँबानेश्वर

सकेसम्म मैले मेट्रो एफएम नछुटाइ सुन्ने गरेकी छु । मैले सुनेजति समाचार र कार्यक्रम सन्तुलित र बिश्वाश योग्य लाग्छन् । यसमा स्वास्थ्य सम्वन्धी कार्यक्रम थप्नु हुनमेरो सुझाब छ ।

मनकला भुषाल खनाल , नर्सिङ.

श्रोता प्रतिक्रिया (तामाङ भाषा कार्यक्रम)

मेट्रो एफएमले तामाङ्भाषा, संस्कृति, चालचलन, भेषभुषा, कला साहित्यका सामाग्रीको नियमित स्थानदिएकाले तामाङ् समुदायमा यो रेडियो लोकप्रिय छ । नयाँ पुरानागीतको सन्तुलन र दैनिक फरक विषयमाकार्यक्रम प्रस्तुति रोचक लाग्छ । मैले मेरो समुदायका परम्परागत संस्कार ब्रतबन्ध (छेवार), विवाहदेखिलिएर मृत्यु संस्कार सम्मकाजानकारी यसै रेडियोबाट सिकेकीहुं । मैले जस्तै देशका दूरदराजमा रहेकाहरूले पनि रेडियोको पहुंचपाउन् । हार्दिक शुभकामना ।

धनमाया लामा (तितुङ)

काभ्रेपलाञ्चोक गाउँपालिका, वडा नं. ४ भुम्लु

मेट्रो एफएमका सबै कार्यक्रम राम्रो लाग्छ । सकेसम्म सबै कार्यक्रम सुन्छु । तामाङ् भाषाको कार्यक्रम"नाङसाल"चाहिं सकेसम्म छुटाउँदिन । पहिले राम्ररी सुनिने रेडियो अहिले मेरो ठाउँमात्यति राम्ररी सुनिंदैन । आशा गर्छु, पहिले राम्ररी सुन्ने बनाउनु हुनेछ । मेट्रो एफएम हाम्रा सन्तानहरूसम्मका पाला सम्म पनि बजिरहोस्, हार्दिक शुभकामना ।

रीमा लामा

काभ्रेपलान्चोक, चौरी देउरली गाउँपालिका ७, मादन कुडारी

भाषाभाषीका कार्यक्रमलाई महत्व दिने मेट्रो एफएम प्रसारणको २२ बर्ष पुगेकोमा खुशी लागेको छ । तामाङ्का संस्कार, संस्कृति र परम्परासँगै लोप हुन लागेका सेलो भाका, फापरे गीत, डम्फु टुनाको गीत, भाषा र लिपी सम्बन्धि प्रस्तुतिबाट म प्रभावित छु । समसामयिक बिषयमा हुने कुराकानीले ज्ञान बढेको महसुस हुन्छ । तामाङ् हुनुको गर्व गर्न यही रेडियोको कार्यक्रमले सिकाएको हो । यो क्रमजारी रहोस् । हार्दिक शुभकामना ।

अस्मिता घिसिङ् तामाङ्

ललितपुर

श्रोता प्रतिक्रिया (नेपालभाषा कार्यक्रम)

मेट्रो एफ. एम. सुथसिया नेपालभाषा ज्याइव:या नियमित न्यनामि मध्ये जि नं छम्ह खः । थ्व ज्याइवः मार्फत समसामयिक खबर व गतिविधिया बारे यक्व खँ न्यनाः सीके दयाः जिपिं साप लयताः । थ्व ज्याइवलय् न्यनामिपिंसं नं प्रत्यक्ष रुं थ:गु खँ तयेदइगुलिं थ्व ज्याइवः भन भन लोकंह्वाना च्वंगु दु । अले छुं नं घटना जुइमा वा नेवा:तय् सांस्कृतिक, सामाजिक व भाषिक ज्याइव:या ताजा ताजा जानकारीलिसें सम्बन्धित ब्यक्तिनाप खँल्हाबल्हा यानाः मूवंगु जानकारी न्यनामिपिनि दथुइ थ्यंकीगु नं थुगु ज्याइव:या विशेषता खः । अथेहे स्थानीयपनयात महत्व बीगु थुगु एफएमं धाथें हे स्थानीय तजिलजि व भाय्यात संरक्षण व सम्मान याना च्वंगु दु । लिसें विशेष परिस्थितिइ नं मदिक्क ज्याइवः न्ह्याका च्वनादीगुलिं श्रीकृष्ण महर्जन, उदेन न्हूसायमि, प्राविधिक पूर्ण महर्जन लिसें मेट्रो एफएम व यँमपायात यक्व यक्व सुभाय् । नापं मेट्रो एफ. एम. २० दँ पुरा जुयाः २१ दँ क्यंगु लसताय् भिंतुना दु ।

दिपक तुलाधर

असं, त्य:र, यें ।

मेट्रो एफ. एम.या परीक्षणकालनिसें नेपालभाषाया ज्याभ्व:या प्रसारण स्वनिगलय् च्वंपिं नेवा:तय्गु लागि उपलब्धी जुल, गुगु थौतक नं निरन्तर न्ह्यानाच्वन । थुगु एफएम दकलय् अप्वः नेवाः भासं प्रशारण जुइगु एफएम जुइत ता:ला:गु दु ।

शुरुंनिसें न्ह्याना वयाच्वंगु थ्व ज्याभ्व:यात आः न्हिथं स्वघौलं बढेयानाः मेगु ई तनेमा:गु अत्यावश्यक जुइधुंकल । नेवा: ज्याभ्वलय् महानगरपालिकाया गतिविधि, जानकारी, सूचना नापं थनया भाषिक, साहित्यिक, सम्पदा, संस्कृति, स्थानीय जीवनशैली, नेवाः दर्शन नापं प्राकृतिक सम्पत्तिया जनचेतना आदि ज्याभ्वः नेपालभाषां न्ह्याकाः यंके मा:गु थौंया आवश्यकता जुल ।

शान्तराज शाक्य

यल

जिगु जन्म यँया छत्रपातिइ जूगु खः । छें दुने उर्दू भाय् नवायेगु खःसां छेंय् नं पिहां वयेवं हे नेवाः भाय् नवायेगु चलन । नेपालभाषाय् अप्वः आत्मीयता व सदासयता दुगु जिं खनाच्वना । पारिवारिक समस्याया कारणं ४० दँ तक छें जः व त्वालं तापाक च्वनेमा:गुलिं नेवाः भाय् नवाये व न्यने मखन । न्ह्याथाय् वंसां पर्वते भाय् व अंग्रेजी भाय् ल्हाइपिं हे जक । थथे जूगुलिं नेवा: भाय् हे ल्वः मना वनाच्वन । थज्या:गु अवस्थाय् छम्ह पासां करिब स्वदँ न्ह्यः यें महानगरपालिकाया मेट्रो एफएमय् सुथसिया ७:४५ निसें ८:४५ तक मदिक्क नेपालभाषाया ज्याभ्वः न्ह्यानाच्वंगु जानकारी बिल ।

थुगु ज्याभ्वलय् जिपिं थेंज्या:पिं न्यनामिपिंसं नं फोन यानाः नेवाः भासं थःगु अभिव्यक्ति, विचार, जिज्ञासा तये दइगु खँ सिल । थुकिं यानाः वंगु स्वदँ न्ह्यवंनिसें ज्याभ्वः मदिक्क न्यना वयाच्वना । गबलें गबलें जि थम्हं नं नेवाः भासं हे विचाः प्वंकेगु व थ:के दुगु जानकारी नं बीगु याना वयाच्वना । थुकिं यानाः जिगु त्वःफिना वनेधुंकूगु नेवाः भासं नवायेगु बानी हाकनं दुगु जक मखु, जिगु नेवाः भासं नवायेगुलिइ नं गाक्कं सुधार जुया वयाच्वंगु दु । थ्व दक्वया लिउने मेट्रो एफएमया त:धंगु ल्हाः दु ।जिं मेपिं नं गैर नेवा:तय्सं नेवाः भाय् सयेकेमा व नवायेमा धकाः मेट्रो एफएम न्यनेत प्रचार नं याना वयाच्वनागु दु । मेट्रो एफएम २१ दँ क्यंगु लसताय् नेवाः भाय्या ज्याभ्वः अभ्र अप्वः परिस्कृत जुया वनेमा धइगु कामना यासें भिंतुना देछानाच्वना ।

नासिर खान

एफएम न्यनामि, छत्रपाति

यें महानगरपालिकां न्ह्याकाच्वंगु मेट्रो एफएम नीछदँ (२१ दँ) क्यंगु लसताय् दकलय् न्हापां नेवा:तय्गु राष्ट्रिय संगठन नेवाः देय् दबूपाखें भिंतुना दु । नेपालभाषां नेवा:तय्त जागरण ब्वलंकेगु ज्या, नेवाः गतिविधिया सहि सूचना नेवा:त नाप नापं मेमेपिंथाय् नं थ्यंकेगु ज्या गुगुकथं यानाच्वंगु दु, थ्व तसकं बांला:गु खः थुकियात अभ्र अप्वः याये फयेमाः धकाः भिंतुना दु । नेवा:तय्गु अधिकार, पहिचानया मुद्दायात दकलय् अप्वः सशक्त कथं ल्ह्वनेगु व आम नेवा:तय् थाय् तक थ्यंकेगु ज्या गुगु कथं जुयाच्वन थ्व बास्तवय् सामुदायीक एफएम जूगुलिं समुदायया निति यानाच्वंगु ज्या कथं नेवाः ख्यलं नालाच्वंगु दु । नेवा:या भाषा, कला, संस्कृतिनिसें सभ्यतायात तकं न्ह्य:ने यंकेगु, नेवा:तय्त सचेत यायेगु, सहि सुचना बिइगु, नेवा:तय्त जागृत यायेगु ज्या नं मेट्रो एफएमया नेपालभाषाया ज्याभ्व:पाखें यानाच्वंगु दु । थ्व तसकं बांला:गु खः । उकिं मेट्रो एफएम संचालन यानाच्वंगु यें महानगरपालिकायात सुभाय् ।

नरेश ताम्रकार

नायः, नेवाः देय् दबू

मेट्रो एफएमय् न्हियान्हिथं सवा ३ घण्टा नेपालभाषाया ज्याभ्व: न्ह्यानाच्वंगु दु । नेवा:तय्गु लागि थ्व तसकं लसताया खँ ख: । मेट्रो एफएमय् थुकथं नेपालभाषायात थाय् बियाच्वंगु थौं नीछदँ (२१ दँ) दत, थ्व मेगुलसताया खँ ख: । थ्व सामुदायीक एफएम ख: । समुदायप्रति अप्व: जिम्मेवार जुया: न्ह्य:ने न्ह्यानाच्वंगु खनेदु । उकिं थौंया इलय् यैं महानगरपालिकाया मेयरयात, मेट्रो एफएम संचालन परिवारयात, नेपालभाषा ज्याभ्व: न्ह्याकामिपिन्त यक्व यक्व सुभाय् दु । नेवा:तय्गु नुग: सालेत थ्व एफएम ता:लानाच्वंगु दु । अझ अप्व: ब्यवस्थित याये फयेमा: यइपुगु न्ह्याइपुगु ज्याभ्व: बिइ फयेमा: थ्व हे जिगु भिंतुना । सुभाय् ।

डा. महेशमान श्रेष्ठ

नेवा: न्ह्यलुवा

मेट्रो एफएम झीगु स्थानीय सरकार यैं महानगरपालिकाया थ:गु हे एफएम ख: । थ्व एफएम थनि नीछदँ न्ह्य: (२१ दँ न्ह्य:) निसें न्ह्यानाच्वंगु दु । थ्व एफएमय् झीगु मांभाय् नेपालभाषां नं क्वातुक थीथी ज्याभ्व: न्ह्यानाच्वंगु दु, थ्व झी सकलसिया निर्तिं गौरवया खँ ख: । मेट्रो एफएमया थ्व नेवा: ज्याभ्व: नेवा:, जाति, भाषा, संगीत, संस्कृतिया त:स:गु गं जुया थ्वयाच्वंगु दु । थुकिं धात्थें धाये माल धा:सा नेवा: नुग: हे ब्वयाच्वंगु दु । अझ उलि जक मखु थ्व एफएम छगू कथं नेवा: आन्दोलनया निंतिं ह:पा: व तिब: जुया न्ह्यानाच्वंगु दु । थथे ज्वी फुगुया मू कारण थुकीया भिजन व मिशन बांला:गुलिं ख: । थनया संचारक:मित नेवा: नुग: दुपिं जूगुलिं नं थ्व सफलताया चू चायेत ता:ला:गु ख: । उकिं थ्व दँ मुँज्याय् यैं महानगरपालिका व थुकी आबद्ध सकल संचारक:मि व कर्मचारीतयृत ज्यापु महागुथि नेपा:पाखें भिंतुना देछाया च्वना । सुभाय् ।

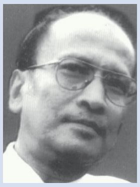
लोककवि राजभाई जक:मि

नाय:, ज्यापु महागुथि नेपा:

मेट्रो नेपालभाषा ज्वना दँ व:गु थौं नीदँ पूवन । भाषा संस्कृति साहित्यिक पला: सारबर्धक दु । नेपाल भाषाया चिनाखँ धेंधें कासा जुल । न्हू पिंढीनिसें जेष्ठ पिंढी तक दुथ्यागु जुल । मेट्रो धेंधें व त:धेंधें तकं सा:गु कासां नुग: साल । स्वनिगया स: व जन सरोकारया सलं मेट्रो न्ह्य:ज्या पलाखय् दु । नी छदँ क्यनीगु लस्ताया भिन्तुना ! सुभाय् ।

बुद्ध शाक्य नेवा:

यल



यैं महानगरपालिका पाखें न्ह्याका वैच्वंगु थुगु मेट्रो एफएम. थौं नीदँ फुना: नीछदँय् तय्जु या:व:गु लसताय् दुनुगलंनिसें तकुस्वाँ ह्वय्का: भिन्तुना निपास: देछानाच्वना । आ:या परिवेश व लकस यात ल्वय्क ज्याइव: न्ह्याका वयाच्वंगु दु, उकिसनं नेवा: सरोकार, मेट्रो धम्प तछ्याय् कासा, नुगलं थ्वयाच्वंगु म्ये आदिं न्यमिपिन्त बिस्कं पह:या सवा: बिया वैच्वंगु दु । थुगु सवा:त आ: गथे ख: लिपा लिपा नं अथे हे जुया: न्ह्यानाच्वने फय्मा धका: कामना यासें मेट्रो एफ.एम.या सकल ज: दुज:पिंत सुभाय् देछाना ।

पुष्परत्न ताम्रकार 'स्वीटहर्ट'

एफएमको २० औं वार्षिकोत्सव (२०७६) का अवसरमा आयोजना गरिएको रञ्जना लिपि प्रतियोगिताका बिजयीलाई प्रमाणपत्र प्रदान गर्दै कामपा प्रमुख बिद्यासुन्दर शाक्य । साथमा महानगरका प्रवक्ता एवं सूचना प्रबिधि समितिका संयोजक ईश्वरमान डंगोल ।

मेट्रो एफ. एम. को १९ औं बार्षिकोत्सव अवसरमा आयोजित समारोहमा काठमाडौं महानगर क्षेत्रभित्रका परम्परागत वाद्यवादन प्रस्तुत गर्दै वाद्यवादकहरु ।

मेट्रो एफ. एम. को स्टुडियोभित्र कार्यक्रम संचालन गर्दै सञ्चालकहरु ।